



HUGO JOSÉ ROGEIRA I AM ERASMUS
JESUS BRANQUINHO WEB DOCUMENTÁRIO SOBRE A EXPERIÊNCIA
ERASMUS NA UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia – Ramo Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Dr. Rui Raposo, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

A todos aqueles que sempre me apoiaram, nos bons e nos maus momentos, e fizeram com que eu perseverasse no meio de tantas adversidades.

À minha família, por serem incansáveis, e continuarem a tentar incutir-me força e espírito lutador, principalmente nos momentos mais frágeis.

À minha namorada, por ser uma constante no meio de tantas variáveis, e pela orientação nos momentos em que estive perdido, e nos quais foi um autêntico GPS, com pilhas inesgotáveis, apontando-me sempre o caminho correcto.

o júri

presidente

Prof. Doutor Pedro Alexandre Ferreira dos Santos Almeida
Professor Auxiliar no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor José Manuel Pereira Azevedo
Professor Associado da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Prof. Doutor Rui Manuel de Assunção Raposo
Professor Auxiliar no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Desejo agradecer ao meu orientador, o Dr. Rui Raposo, pela atenção, responsabilidade e boa-disposição com que sempre me guiou, e pela paciência que teve comigo durante todo este período. Foi um prazer enorme trabalhar consigo.

Um agradecimento especial à minha amiga Marília Moita, por ter dispensado do seu tempo para me ajudar na captura de som nas entrevistas. Às vezes, umas horas fazem toda a diferença, e este foi o caso. Saber que se pode contar com os amigos é uma coisa muito boa.

Ao Gabinete de Relações Internacionais da Universidade de Aveiro, pela atenção dispensada e por me terem fornecido os e-mails dos alunos Erasmus localizados na Universidade de Aveiro

Ao pessoal que formou a Erasmus Student Network em Aveiro, por duas razões: por estarem a fazer um trabalho voluntário para bem desta comunidade, sempre com boa-disposição e vontade; e por me terem posto em contacto com muitos outros estudantes Erasmus, que vieram a contribuir decisivamente para este trabalho. Além disso, muitos dos Erasmus Buddies (se não todos) que me concederam entrevistas pertenciam à ESN, pelo que tenho de lhes dizer um bem-haja!

Aos Erasmus que me permitiram capturar as suas opiniões e tentar retratar, de facto, o que é a experiência Erasmus na Universidade de Aveiro. Thank you very much, guys and girls!

Outro agradecimento à Dulce Miranda, pela sua disponibilidade. Apesar de nunca nos termos encontrado, foi imensamente prestável e forneceu-me a sua tese, que se revelou bastante importante.

Ao YouTube, pela disponibilização de ferramentas cada vez melhores para publicação de vídeos online.

palavras-chave

Erasmus, Universidade de Aveiro, web, documentário, webdocumentário, webdoc.

resumo

O presente trabalho descreve o estudo realizado sobre o género documental ao longo dos tempos, procurando compreender a sua evolução e características principais. São igualmente referidas, no contexto actual, as mudanças provocadas no género pela emergência da Web e das ferramentas a ela associadas, bem como a vertente do web documentário, que conjuga a plataforma Web com o género documentário. Com base neste enquadramento teórico, realizou-se um web documentário, baseado nas experiências dos alunos internacionais Erasmus durante a sua estadia na Universidade de Aveiro, no ano lectivo 2009/2010. A explicação da metodologia adoptada, e as opções tomadas são justificadas durante a fase de implementação prática deste documento.

keywords

Erasmus, University of Aveiro, web, documentary, webdocumentary, webdoc.

abstract

This work describes a study about the documentary genre throughout the ages, seeking to understand its evolution and main characteristics. Also referred, according to the present context, are the changes provoked in this genre by the emergence of the Web and the tools associated with it, and also the web documentary branch, that conjugates the Web platform with the documentary genre. Based on this theoretical framework, a web documentary was created, based on the experiences of the Erasmus international students during their stay in the University of Aveiro, in the school year of 2009/2010. The explanation of the adopted methodology, and the justifications for the options taken are done during the practical implementation phase of this document.

Índice de Conteúdos

01. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. Contexto	9
1.2. Problema de Investigação	10
1.3. Finalidades e Objectivos.....	12
1.4. Metodologia	13
1.5. Estrutura da dissertação	14
02. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	15
2.1. O género documentário	17
2.1.1. Resumo histórico.....	17
2.1.2. Características do género documental.....	23
2.1.3. O processo de criação de um documentário	27
2.1.4. A revolução dos novos media	31
2.2. A Web e as suas influências no vídeo	35
2.2.1. A Web 2.0 e a era da partilha/interacção/participação.....	36
2.2.2. Tecnologias de Partilha e Divulgação de Conteúdo Audiovisual Online	41
2.2.3. Conteúdo Audiovisual Interactivo.....	44
2.2.4. O Web Documentário	50
2.2.4.1. Criação de web documentários.....	55
2.3. Motion Graphics.....	59
03. IMPLEMENTAÇÃO PRÁTICA	63
3.1. Pré-Produção.....	65
3.2. Captura	72
3.2.1. Entrevistas	72
3.2.2. Vídeo	76

3.2.3.	Som.....	80
3.3.	Edição	82
3.3.1.	Análise do Material Recolhido	82
3.3.2.	Construção da Narrativa	84
3.3.3.	Edição de Vídeo e Som	87
3.4.	Pós-Produção	89
3.4.1.	Correcção de cores.....	89
3.4.2.	Sonorização	91
3.4.3.	Logótipo.....	94
3.4.4.	Motion Graphics.....	98
3.4.4.1.	Genérico	98
3.4.4.2.	Títulos	107
3.4.4.3.	Oráculos.....	108
3.4.4.4.	Créditos	110
3.4.5.	YouTube e funcionalidades	112
3.5.	Render Final	116
04.	CONCLUSÃO.....	117
4.1.	Considerações Finais	119
4.2.	Limitações do Estudo	121
4.3.	Perspectivas de Trabalho Futuro	122
05.	BIBLIOGRAFIA	123
06.	ANEXOS	129

Índice de Figuras

Figura 1 – Poster Promocional “Nanook of the North”, de Robert Flaherty (1922)	19
Figura 2 – Algumas imagens retiradas do filme “Nanook of the North” (1922)	20
Figura 3 – Capa do filme “Man with the Movie Camera”, de Dziga Vertov (1929)	20
Figura 4 – Algumas imagens de “Man with the Movie Camera” (1929)	21
Figura 5 – Imagens de “Roger & Me”, de Michael Moore (1989)	21
Figura 6 – Imagens de “The Truman Show” (1998)	26
Figura 7 – Imagens de “Fahrenheit 9/11”, de Michael Moore (2004)	32
Figura 8 – Imagens de “This is Spinal Tap!” (1984)	34
Figura 9 – Os debates CNN/YouTube são um exemplo do conteúdo especial que o YouTube continua a providenciar.	43
Figura 10 – A empresa VIMOTA proporciona aos seus clientes soluções de vídeo interativo	45
Figura 11 – A plataforma Wirewax e um exemplo de anúncios contextuais	46
Figura 12 – A campanha Mini permite fornecer um conteúdo personalizado com base em dados fornecidos pelos utilizadores.	46
Figura 13 – Na campanha de Dexter, é possível inserir dados e uma foto, que serão depois utilizados para utilizar o espectador como personagem num curto vídeo.	47
Figura 14 – Na página de Neon Bible, é possível alterar a disposição de objectos ao movimentar o rato, ou clicar em objectos presentes no ecrã	47
Figura 15 – Display Ad Builder, do Google, permite criar anúncios interactivos	48
Figura 16 – Hunter Shoots Bear é um exemplo de campanha interactiva possibilitada pelo YouTube	48
Figura 17 – Annotations do Youtube – O utilizador Freddie utiliza frequentemente os diferentes tipos de anotações disponíveis.	49
Figura 18 – Gráfico representativo de uma narrativa linear	52
Figura 19 – O Web Documentário Prison Valley, produzido pelo canal Arte.TV, já recebeu diversos prémios pela sua forma de contar histórias.	54
Figura 20 – Gráfico representativo de uma narrativa não linear	55
Figura 21 – Thanatorama, um web documentário francês que descreve o que acontece aos corpos humanos depois da morte, permite ao utilizador escolher o caminho que deseja percorrer.	56
Figura 22 – Exemplos de Motion Graphics utilizados no filme “Scott Pilgrim Vs. The World” (2010)	61
Figura 23 – Desiderius Erasmus, filósofo holandês do século XV.	66

Figura 24 – Exemplo de imagens captadas durante o dia da primeira apresentação	67
Figura 25 – Gráficos Google Docs, com a medição das respostas às perguntas do questionário. ..	69
Figura 26 – Exemplos de imagens captadas em eventos relacionados com estudantes Erasmus. .	70
Figura 27 – Exemplos de entrevistas captadas em condições problemáticas.	71
Figura 28 – Estudantes internacionais entrevistados, da esquerda para a direita e de cima para baixo: Beatrice Starace, Dawid Świątkowski, Iga Turek, Marek Twardowski, Mariana Miyashiro e Tatiana Odziejewicz.....	74
Figura 29 – Erasmus Buddies entrevistados, da esquerda para a direita e de cima para baixo: Daniel Varela, Eduardo Moreira, Karlos Ribeiro, Ricardo Moreira e Ricardo Rodrigues.	75
Figura 30 – Elementos do Gabinete de Relações internacionais entrevistados, da esquerda para a direita: Helena Barbosa e Niall Power.	75
Figura 31 – Câmara Sony HVR-A1E.	76
Figura 32 – Exemplo de imagens capturadas em adição às entrevistas.	76
Figura 33 – Estas três entrevistas foram realizadas na mesma sala, no entanto cada uma tem um fundo esteticamente diferente.	78
Figura 34 – O local onde foram efectuadas as entrevistas aos membros do GRI e a residência da aluna Iga Turek, em pano de fundo nestas imagens.....	78
Figura 35 – Câmara Sony HVR-A1E, com destaque para as duas entradas XLR existentes.	80
Figura 36 – Imagem do ambiente Sony Vegas. Á esquerda, o explorador de ficheiros. Á direita, a janela de pré-visualização. No fundo, a timeline de edição.	82
Figura 37 – Exemplo de uma entrevista já dividida, com markers a identificar o conteúdo de cada clip.	83
Figura 38 – Exemplo da divisão por temas. Cada marker inicia um tema específico.	83
Figura 39 – A utilização da ferramenta Split e da ferramenta Dissolve.	87
Figura 40 – Exemplo da correcção de um enquadramento.	88
Figura 41 – Exemplos de correcção de cor. Em cima, antes dos ajustes. Em baixo, o resultado final.	89
Figura 42 – O processo de correcção de cor na entrevista à Tatiana.	90
Figura 43 – Comparação entre a versão original, e a versão com correcção de cor.	90
Figura 44 – A utilização e edição da faixa Tourist.	92
Figura 45 – As músicas editadas para o genérico.	93
Figura 46 – A primeira experiência para o logótipo do projecto.	94
Figura 47 – A segunda experiência de logótipo para o projecto.	95
Figura 48 – A roda das cores. Fonte: Delicado (2009), p.63.	95

Figura 49 – Versão final do logótipo.	96
Figura 50 – Ideia abandonada, de aterragem de pára-quedas dos alunos.....	96
Figura 51 – Ideia abandonada, de adicionar elementos menores ao logótipo.....	97
Figura 52 – IAE composto de palavras.	99
Figura 53 – A inserção do IAE em ambiente 3d.	100
Figura 54 – Os passos para a construção do fundo em movimento.	101
Figura 55 - A câmara de topo, para compreender a distribuição das palavras em profundidade.	101
Figura 56 – Existe um desfoque das palavras “cultures” e “classes”, mas mantêm-se no ecrã para dar a sensação de profundidade.	102
Figura 57 – A transição das letras IAE para o logótipo.....	103
Figura 58 – O Zoom out final e o aparecimento das palavras “Universidade de Aveiro”	103
Figura 59 – Exemplo de algumas secções da versão inicial	103
Figura 60 – Cada palavra teve elementos gráficos correspondentes.	104
Figura 61 – Pormenor da rotação das bandeiras.	105
Figura 62 – Pormenor da animação do livro.	105
Figura 63 – Pormenor da animação da silhueta, e respectiva máscara.....	105
Figura 64 – Pormenor da animação das fitas do chapéu.	106
Figura 65 – Colocação dos Puppet Points (a amarelo) nas secções da mochila.	106
Figura 66 – Pormenor da animação dos elementos da mochila.....	107
Figura 67 – Exemplo da revelação de um título.....	107
Figura 68 – Pormenor da máscara utilizada e animada para revelar os títulos.....	108
Figura 69 – Um exemplo de painel giratório de aeroporto.	108
Figura 70 – Exemplo da animação de dois oráculos, uma à esquerda e outra á direita do interveniente.....	110
Figura 71 – Exemplo dos créditos de um episódio.....	111
Figura 72 – A ferramenta para inserção e ajuste temporal de Annotations.	112
Figura 73 – Pormenor da escolha de resolução de um vídeo.	113
Figura 74 – O interface da ferramenta SubtitleTool.	114
Figura 75 – Pormenor do botão CC e selecção de legenda.....	114

.01

I AM
ERASMUS

INTRODUÇÃO

1.1. Contexto

A presente dissertação documenta o trabalho de investigação teórico e prático traduzido na concepção, pré-produção, realização e pós produção de um web documentário acerca da experiência Erasmus na Universidade de Aveiro (UA)¹. Com o mesmo pretendeu-se dar corpo a uma reflexão acerca das principais vantagens e problemas vividos na experiência Erasmus nesta instituição de ensino superior permitindo, ao mesmo tempo, que a expressão da experiência fosse dada na primeira pessoa pelos seus intervenientes.

A nível pessoal, este projecto conciliou-se com os interesses do investigador, devido à forte componente audiovisual, que acabou por ser um culminar dos estudos efectuados durante o Mestrado em Comunicação Multimédia (MCM)² – ramo Audiovisual Digital³. A concepção e desenvolvimento de um produto documental, é igualmente um factor de motivação, visto que o investigador já havia realizado algumas experiências práticas na área durante o decorrer do mestrado. Outros factores de interesse ligam-se à possibilidade de interacção com a comunidade Erasmus, à exploração de novos desafios colocados aos conteúdos audiovisuais ligados à web e às tecnologias associadas a este media.

No restante deste documento será, portanto, realizada uma descrição detalhada do processo de concepção, realização e pós-produção do web documentário “I Am Erasmus”, bem como a apresentação do referencial teórico utilizado como suporte às decisões tomadas durante a realização deste projecto.

¹ Página Oficial da Universidade de Aveiro – <http://www.ua.pt/>

² Página Oficial do Mestrado em Comunicação Multimédia – <http://www.ua.pt/PageCourse.aspx?id=101&b=1&lg=pt>

³ Plano de Estudos do Mestrado em Comunicação Multimédia – <http://www.ua.pt/mestrados/PageCourse.aspx?id=101&b=1&lg=pt&p=3>

1.2. Problema de Investigação

Com a constante evolução dos meios tecnológicos, muitos conceitos estão em permanente mutação, enquanto outros despontam ou caem em desuso. Com o paradigma da web 2.0 estabelecido na sociedade, torna-se portanto pertinente averiguar de que forma esta mutação tem afectado o filme documentário, ao qual é associado uma ética de “retrato da realidade”. O que é o web documentário, de que forma está relacionado tanto com a expansão da web, como com a evolução do género documentário, e como é trabalhado, são ainda preocupações que fazem parte desta investigação.

É igualmente importante incluir neste problema a necessidade de analisar as tecnologias de partilha e divulgação de conteúdos audiovisuais online, bem como das ferramentas disponíveis com vista à sua produção e disseminação.

O programa de intercâmbio estudantil ERASMUS tem tido um crescente número de participantes⁴. Este crescimento tem conduzido à necessidade de estudar a comunidade em mobilidade e, neste âmbito, a sua participação é decisiva. Esta necessidade ajuda a justificar, de alguma forma, a pertinência da realização deste web documentário, uma vez que se traduziu num resultado que quando analisado devidamente poderá retirar ilações quanto ao seu estilo de vida, problemas e melhorias passíveis de realização no contexto do programa Erasmus na Universidade de Aveiro.

A pergunta de investigação à qual este estudo tentará responder é:

"Que metodologia pode ser utilizada para a realização de um web documentário sobre a comunidade composta por alunos do programa Erasmus actualmente na Universidade de Aveiro?"

Hipóteses:

⁴ De acordo com afirmações efectuadas por Niall Power, chefe do Gabinete de Relações Internacionais da UA, em entrevista ao Expresso – <http://aeiou.expressoemprego.pt/Actualidades.aspx?Art=1&Id=2316>, última consulta a 5 de Novembro de 2010

A participação da comunidade ERASMUS Aveiro num web documentário sobre si pode enriquecer esse produto audiovisual;

A comunidade ERASMUS pode contribuir providenciando, em entrevistas na primeira pessoa, respostas e informação inacessível de outra forma;

A realização de um web documentário, sobre a comunidade composta por alunos do programa Erasmus actualmente na Universidade de Aveiro, pode ser efectuada com base na metodologia processual adoptada na realização de documentários não destinados à web;

Os web documentários envolvem um conjunto de preocupações adicionais em comparação com os documentários não destinados à web.

1.3. Finalidades e Objectivos

Os objectivos principais da presente investigação foram:

- A criação de um web documentário com base em entrevistas aos membros da comunidade Erasmus da UA, os Erasmus Buddies compostos por alunos da Universidade de Aveiro, e elementos do Gabinete de Relações Internacionais (GRI) da UA;
- A definição de uma metodologia para a criação deste web documentário;
- A averiguação das diferenças notórias no processo de criação de um documentário para a web em comparação com um não direccionado para este media;
- A definição de tecnologias que permitam recolher o contributo dos participantes e a criação de um espírito participativo.

Como objectivos secundários deste trabalho de investigação pretendeu-se:

- Perceber como um projecto desta natureza pode ajudar a recolher opiniões de uma comunidade sobre o meio académico onde está inserida;
- Perceber como um web documentário com este tipo de conteúdo pode ser segmentado sem prejuízo para os seus objectivos;
- Criar um corpus teórico e prático sobre o estado da arte da tecnologia disponível para a criação e disseminação de web documentários.

1.4. Metodologia

Ao juntar diversas fontes, com o intuito de compor um enquadramento teórico que dê suporte aos conceitos, dimensões e indicadores a explorar, assume-se que esta investigação se serviu de uma pesquisa bibliográfica, como ponto de partida, e também como suporte para a recolha de dados e informação relevantes para este projecto. A pesquisa de campo foi igualmente uma fonte de dados, visto estar relacionada com a comunidade composta por alunos do programa Erasmus a estudar na Universidade de Aveiro durante o ano de realização deste projecto, que compuseram a amostra representativa na qual o trabalho se baseou.

A pesquisa bibliográfica focou-se essencialmente sobre o conceito de documentário e o de web documentário. No que respeita ao primeiro, verificou-se a existência de bastante bibliografia disponível, sendo possível construir uma base teórica fundamentada e abrangente a todo o conceito. Já quanto ao segundo, denotou-se uma falta de bibliografia específica para o termo, tendo as informações mais recentes sido encontradas pela Internet, com muito pouco consolidado acerca deste conceito e de outras investigações sobre o mesmo.

A metodologia deste projecto é, assim, exploratória, devido à relativamente baixa quantidade de projectos relacionados encontrados aquando da pesquisa bibliográfica, o que aponta para uma potencial inovação na realização deste projecto. Além disso, o ponto de partida deste projecto foca-se no levantamento de uma problemática, procurando respostas com base em hipóteses, confirmando a metodologia exploratória como a abordagem desta dissertação.

A análise efectuada pode ser considerada qualitativa, uma vez que possui diversos dos factores comuns a este tipo de análises: valoriza a subjectividade dos participantes, tendo como preocupação maioritária descrever, e apenas secundariamente analisar, os dados, que são obtidos pelo investigador, sendo este o instrumento-chave da recolha de dados. Além disso, estes estão dependentes do contexto, e são analisados indutivamente, podendo o todo ser maior do que a soma das suas partes. A única parte que pode ser considerada quantitativa neste projecto é aquela que respeita à distribuição de um mini questionário online, que viria a servir de base para uma maior compreensão do assunto que se pretendia tratar qualitativamente.

O método de recolha de dados através de observação indirecta, através de entrevistas (que viriam, mais tarde, a constituir o web documentário), foi igualmente utilizado.

1.5. Estrutura da dissertação

Nesta dissertação, foi adoptada uma estrutura composta por quatro capítulos distintos: a introdução, o enquadramento teórico, a implementação prática e as conclusões.

No primeiro capítulo, pretende-se introduzir e contextualizar este estudo, referindo o âmbito do projecto, os seus objectivos, a problemática de investigação e ainda descrever a metodologia do estudo.

Já no segundo capítulo, é apresentada a informação teórica na qual se baseou este trabalho, através de uma revisão literária. Abordou-se, neste capítulo, o género documentário, desde as suas origens, passando pelo seu processo evolutivo, até à situação deste no contexto dos novos media. São, igualmente, referidas as características deste género, bem como o processo genérico de criação de um documentário. As influências dos novos media no vídeo são depois abordadas, existindo um aprofundamento na análise das ferramentas existentes para partilha e divulgação destes, e de conteúdo audiovisual interactivo. Foi também abordado o conceito de web documentário e o seu processo de criação e, finalmente, a utilização de *Motion Graphics*.

O terceiro capítulo, “Implementação Prática”, pretende descrever as diferentes fases de desenvolvimento do web documentário *I Am Erasmus*, sendo por isso dividido em cinco alíneas: pré-produção, captura, edição, pós-produção e render final. O planeamento do *webdoc* é descrito em detalhe no primeiro ponto, sendo seguido pela fase de captura, detalhando esta as diferentes captações efectuadas, no plano de vídeo e som. Já no terceiro ponto, a edição, é relatada a construção da narrativa através de uma análise do material capturado, antes da edição propriamente dita. Após isso, no quarto ponto, são mencionados os diferentes aspectos cuidados durante a pós-produção, como a correcção de cores, a sonorização, a preparação dos diferentes *Motion Graphics* a utilizar, e o emprego de funcionalidades existentes no *YouTube*. Por fim, referem-se os últimos passos executados para a disponibilização do *webdoc*.

No quarto e último capítulo, é efectuada uma reflexão sobre o trabalho desenvolvido, analisadas limitações inerentes a este estudo, e ainda analisadas algumas perspectivas de trabalho futuro no âmbito deste projecto.

.02

I AM

ERASMUS

ENQUADRAMENTO

TEÓRICO

2.1. O género documentário

“O documentário é o filme que consegue formular uma pergunta que ainda não tinha sido feita, e que ao mesmo tempo não se preocupa em respondê-la.”

(Giba Assis Brasil, cit. in Gregolin, Sacrini, & Tomba, 2002, p. 56)

O presente capítulo aborda o género documentário, efectuando uma contextualização histórica, explanando as suas principais características e a mudança de paradigma relacionada com a utilização de novos media, e respectivas consequências para este género.

2.1.1. Resumo histórico

É um facto que a História do documentário está intimamente ligada à do cinema. Beto Leão assinala, *“Não há qualquer exagero em afirmar que o filme documentário tem exactamente a mesma idade do cinema. Quando, em 28 de Dezembro de 1895, aconteceu a primeira sessão pública do invento criado pelos irmãos Lumière, a plateia que se aglomerou no Grand Café, em Paris, acompanhou também a primeira exibição de um documentário: “A saída dos Operários da Fábrica”* (cit. in Gregolin, et al., 2002, p. 47). O cinematógrafo trouxe consigo *“reportagens jornalísticas de actualidades, o documentário e alguns ensaios de comédias”*. (Beto Leão, cit. in Gregolin, et al., 2002, p. 47)

Não é apenas Beto Leão que o afirma. Maxine Baker menciona que *“essa primeira exibição, feita pelos Lumière, era puro documentário. Eles descreveram cenas da vida diária, filmaram ao redor da sua casa e fábrica perto de Lyon, como “a vida a correr”. Sempre pensei nisto como uma descrição perfeita dos vibrantes fragmentos de vida francesa no virar do XIX/XX século; uma boa definição, também, da palavra “documentário”. A frase é muito mais evocativa do que a descrição clinicamente precisa do género por John Grierson, “o tratamento criativo da actualidade”*” (Baker, 2006, p. ix)

Grierson, crítico de cinema, é a pessoa a quem a criação deste conceito é atribuída, aquando de uma crítica ao filme “*Moana*”⁵, de Robert Flaherty, circa 1926. Este continha a descrição da história de uma mulher residente na Polinésia. Grierson referiu-se a este filme no jornal New York Sun, afirmando que continha “*valor documental*”, devido à exposição dos acontecimentos do dia-a-dia dessa família da Polinésia (Miranda, 2009, p. 18).

A descrição feita por John Grierson de “*documentário*”, apesar de ser a génese do conceito, não é definitiva. A noção do que é um documentário tem vindo a modificar-se ao longo do tempo. (Nichols, 2001)

Bill Nichols, da Universidade da Califórnia, descreve o conceito de documentário afirmando que “*requer técnicas específicas que dêem uma personificação cinemática para encontros e acontecimentos reais, experiências e reflexões, pesquisa e argumentação. (...) Requer uma ética de responsabilidade, uma estética de filme, e uma política de representação.*” (Grant & Sloniowski, 1998, p. 13).

Sheila Curran Bernard, autora do livro *Documentary Storytelling*, inicia o seu livro com uma afirmação: “*Os documentários são muita coisa para muita gente, muitas vezes simultaneamente. São uma forma de auto expressão, como romances, canções, ou pinturas. São uma forma de jornalismo, independente e não mediada. São ferramentas para criar uma ponte entre culturas ou expor as realidades duras de um mundo volátil. Eles inspiram, motivam, educam, exacerbam, e entretêm. Os documentários reflectem tudo o que é grande, desafiante, perturbador, e engraçado na condição humana. E para isso, eles têm de ter uma audiência.*” (Bernard, 2007, p. xiii)

Segundo Manuela Penafria, doutorada em comunicação social e autora de diversos artigos sobre o documentário, “*o filme documentário é aquele que, pelo registo do que é e acontece, constitui uma fonte de informação para o historiador e para todos os que pretendem saber como foi e como aconteceu*” (cit. in Gregolin, et al., 2002, p. 4). A própria palavra “*documentário*”, na sua forma portuguesa, sugere ligação a um documento, que em si é uma “*prova, testemunho, confirmação*” de algo.⁶ Na sua etimologia latina, significa “*instrumento escrito que dá fé daquilo que atesta*” (Gregolin, et al., 2002, p. 2).

⁵ Moana no Internet Movie Database (IMdB), em <http://www.imdb.com/title/tt0017162/>

⁶ Dicionário Priberam, <http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=documento>, consultado a 28 de Janeiro de 2010

Dziga Vertov, russo e contemporâneo de John Grierson, um dos grandes precursores do cinema *verité*, iniciou a sua carreira em 1919 afirmando que o propósito do cinema seria a captura “*of the feel of the world*”, sugerindo que a arte, tal como o filme, deveria ser um agente de transformação social, produzindo mudanças de consciência e uma certeza de acesso a um mundo de “*verdade nua*” (Michelson & Vertov, 1984, p. xxv).

Robert Flaherty e Dziga Vertov foram os primeiros a inaugurar a discussão em torno do documentário, devido às suas produções. Cada um destes autores tinha uma concepção diferente de documentário. Flaherty criou uma alternativa para os filmes de actualidade, dos quais as filmagens dos irmãos Lumière fazem parte, e tentou expor as tradições de povos e culturas, em filmes como “*Nanook of the North*”(1922)⁷ ou “*Moana*”(1926) (Rosário, 2009).



Figura 1 – Poster Promocional “Nanook of the North”, de Robert Flaherty (1922)

Apesar destes filmes tentarem retratar fielmente uma cultura, tendo “*Nanook of the North*” sido mesmo considerado um dos primeiros grandes documentários, Flaherty manipulou os filmes nalguns sentidos. Em “*Nanook of the North*”, pediu aos *Inuits* (o povo retratado neste filme) para realizarem acções que estes já não utilizavam, como caçar morsas com uma lança. *Nanook*, o

⁷ “*Nanook of the North*” no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0013427/>.

sujeito principal do filme (cujo nome real nem sequer era esse), foi retratado como ignorante em relação a coisas que compreendia, tal como os seus pares (Aufderheide, 2007).



Figura 2 – Algumas imagens retiradas do filme “Nanook of the North” (1922)

É possível ver excertos deste filme através do link <http://www.youtube.com/watch?v=bVbQVWkdcFk>

Já Vertov opôs-se completamente à ficção e defendeu o “*cine-olho*”, em que desprovia o cinema de qualquer relação com o teatro ou a literatura. Pretendia demonstrar “a espontaneidade dos gestos quotidianos” (Rosário, 2009, p. 19). Vertov “*odiava a falsa realidade dos filmes encenados e realizou, então, documentários que combinavam factos, sentimentos e propaganda numa espécie de surrealismo poético*” (Beto Leão, cit. in Gregolin, et al., 2002, p. 9). No entanto, a edição foi utilizada para dar características próprias à obra pelo “*cine-olho*”. Um exemplo marcante do trabalho deste criador e da utilização deste “*cine-olho*” foi “*Man with a Movie Camera*”(1929)⁸.

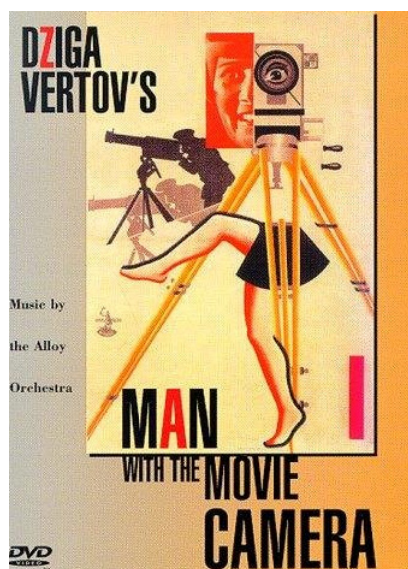


Figura 3 – Capa do filme “Man with the Movie Camera”, de Dziga Vertov (1929)

É possível visualizar excertos deste filme através do link <http://www.youtube.com/watch?v=00ZcilC4JPw>

⁸ “Man with a Movie Camera” no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0019760/>.

“*Man with a Movie Camera*”, que data de 1929, foi utilizado como propaganda tanto para o estilo documental como para o regime político no qual estava inserido (Aufderheide, 2007). Na segunda metade da década de 1930, o governo dos Estados Unidos da América decidiu criar uma unidade dedicada à produção de filmes, utilizando-os como uma forma de espalhar pelo público americano mensagens relacionadas com a implantação de reformas económicas pelo governo. O documentário assumiu assim um papel propagandista nesta época. (Center, 2001)

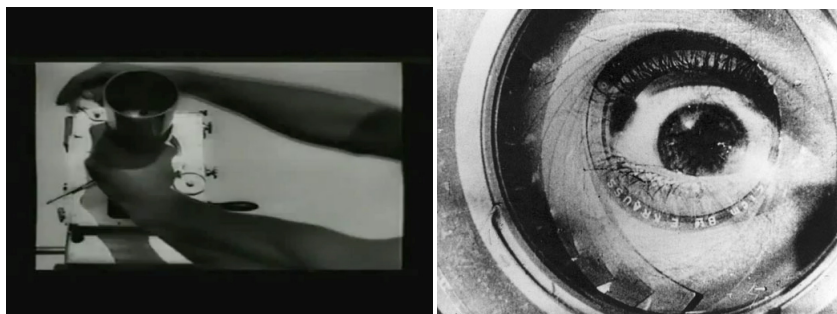


Figura 4 – Algumas imagens de “*Man with the Movie Camera*” (1929)

O aparecimento de novos artefactos tecnológicos como câmaras “hand-held”, leves e com som sincronizado, levou a que uma série de novos criadores tentasse redefinir a natureza do filme documental. O *Direct Cinema*, *Cinema Verité*, ou *Free Cinema* surgiu assim entre 1950 e 1960 através do esforço criativo destes indivíduos e caracterizou-se pela preferência pela utilização de pessoas normais (não actores) em situações não previamente ensaiadas, em detrimento da utilização de actores, tentando capturar reacções pessoais (Center, 2001). O propósito deste estilo é demonstrar a vida, bem como situações contidas nesta, da forma como realmente acontecem, apenas utilizando o filme como meio artístico. “*Roger & Me*”(1989)⁹, de Michael Moore, é um exemplo de um filme que segue esta ideologia.



Figura 5 – Imagens de “*Roger & Me*”, de Michael Moore (1989)

É possível visualizar o trailer deste filme através do link <http://www.youtube.com/watch?v=xPNmHPjkxdk>

⁹ “*Roger & Me*” no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0098213/>.

Com efeito, as melhorias tecnológicas sentidas a partir desta altura foram determinantes para uma série de alterações no contexto audiovisual. A utilização de câmaras de 16mm nos anos 60 permitiu uma maior mobilidade e o acesso ao espaço social e privado, que até então se encontrava vedado. O melhoramento da tecnologia sonora, no qual se inclui a miniaturização de aparelhos, permitiu facilidades na captação simultânea de som. A movimentação da indústria para a utilização de cassetes de vídeo foi mais um dos factores que contribuiu para a modificação de diversas convenções pré-estabelecidas na criação de documentários. (Rosenthal & Corner, 2005)

Uma vez esclarecidas as origens do documentário, seguidamente descrever-se-ão as principais características associadas ao género.

2.1.2. Características do género documental

Visto que este género conta com uma longa história, é difícil encontrar uma única definição plausível de documentário, que sirva tanto para quem o vê como para quem produz. Especialmente porque, ao longo dos anos, diferentes métodos de documentário vieram a apresentar-se, e estes têm características e deficiências divergentes. Bill Nichols aponta estes métodos no seu livro *Introduction to Documentary*, sublinhando que todos eles ainda existem actualmente (Nichols, 2001).

Na década de 1910, a ficção de Hollywood era comum, criando narrativas ficcionais em mundos imaginários. A sua principal deficiência era focada na falta de “realidade”, que veio a dar origem ao documentário. O primeiro método documental, surgindo na década de 1920, foi o poético, que permitiu reunir diferentes fragmentos do mundo, poeticamente. Os maiores problemas deste método eram associados à sua falta de especificidade, devido ao facto de ser muito abstracto. Igualmente, ainda na mesma década, o formato expositório tornou-se frequente, ao dirigir-se directamente a problemas e situações históricos no mundo real. Entre os seus defeitos encontrava-se o facto de ser demasiado didáctico.

Mais tarde, por volta da década de 1960, outros dois métodos tornaram-se prática corrente – o observacional e o participatório (Nichols, 2001). O primeiro concentrava-se em evitar comentários e encenações, focando-se, ao invés disso, na observação das coisas conforme elas aconteciam. No entanto, a falta de história e de contexto acabava por ser uma lacuna. O método participatório baseava-se em entrevistas, com a participação e interacção de sujeitos, acabando por utilizar imagens e sons de arquivo para conseguir criar um contexto e uma história. Entre as imperfeições deste estilo encontravam-se a excessiva crença nos testemunhos, bem como uma história simples e o facto de ser demasiado intrusivo.

Durante a década de 1980, duas novas categorias de documentário tornaram-se populares. A categoria reflexiva, que consistia em questionar o formato documentário, desfamiliarizando os outros modos, foi tida como demasiado abstracta, perdendo um pouco o foco das questões que impunha. Já o método performativo arriscava a perda de ênfase na objectividade devido ao uso excessivo de estilo, acabando por lhe dar um ar “*avant-garde*”, ou experimental, em troca da ênfase de aspectos subjectivos, num discurso que era classicamente objectivo (Nichols, 2001).

Todos estes modos, uma vez que pertencem ao documentário, têm semelhanças. Uma delas é o facto de necessitarem de uma audiência. *“No seu melhor, os documentários devem fazer mais do que ajudar os espectadores a passar o seu tempo; devem exigir um compromisso activo, desafiando-os a pensar sobre o que sabem, como sabem, e o que mais podem aprender. Um bom documentário confunde expectativas, quebra barreiras, e leva-nos a mundos – tanto mundos literais como mundos de ideias – que não antecipámos entrar”* (Bernard, 2007, p. 3).

“A audiência confia nos documentários – E essa confiança é a chave para o poder e relevância dos filmes” (Bernard, 2007, p. 5). Esta confiança forma-se devido às características dos documentários. Um documentário baseia-se em factos, e não em ficção. Um documentarista não pode inventar histórias ou personagens, tem de os encontrar no material *“cru”* do mundo real. A origem do som e imagens distingue-se dos outros géneros audiovisuais, devido ao facto da sua produção dever decorrer da acção e replicar o que aconteceu no momento, ao invés da sua criação exclusivamente para a concretização do documentário (Miranda, 2009). Um filme documentário conta uma história sobre a vida real, e clama veracidade (Aufderheide, 2007). Essa veracidade é, no entanto, discutível, porque *“não existe uma forma de fazer um filme sem manipular a informação”* (Aufderheide, 2007, p. 2).

Isto acontece porque, enquanto os documentários são *sobre* a vida real, não *são* a vida real. Não são objectivos, são subjectivos, como qualquer forma de comunicação, porque envolvem escolhas da parte de quem comunica. Não interessa se a apresentação pretende ser neutra ou balanceada (Bernard, 2007). São retratos manipulados por artistas e técnicos que escolhem a história a contar, a quem, e para que propósito (Aufderheide, 2007). O documentário possui um vínculo muito pessoal, pois transmite o relacionamento dos documentaristas com o filme. O documentarismo envolve o documentarista, o filme, os participantes e os espectadores (Penafria & Madaíl, 1999a).

Grierson acreditava que o factor determinante para a produção documental se concentrava na interpretação dos factos, visto que os registos simplesmente transmitidos a um espectador não exprimem objectivos nem acrescentam nada a quem os assiste (Gregolin, et al., 2002).

“Se fosse dado a qualquer grupo de criadores o mesmo equipamento e a mesma história geral, acabariam com filmes muito diferente em estilo, tom, ponto de vista, foco e mais. Estas diferenças descrevem a aproximação: como apresentar uma história no ecrã” (Bernard, 2007, p. 47). *“O*

criador de um documentário pode empregar uma licença poética de tempo a tempo e referir-se à realidade simbolicamente (através de imagens ou conceitos representativos), mas a audiência espera que um documentário seja uma representação fíável e honesta da experiência da realidade de alguém” (Aufderheide, 2007, p. 3).

A realidade é diferente de pessoa para pessoa, porque não é o que está presente no mundo. É o que nós sabemos, percebemos e partilhamos uns com os outros, do que está presente no mundo. E o documentário é uma ferramenta importante porque, com as suas reivindicações de veracidade, acaba por alterar a realidade (Aufderheide, 2007). É a forma de cinema mais próxima do mundo real, e apela ao espectador precisamente devido a isso. Sloniowski e Grant referem que seria normal que a estética da produção documental não fosse proeminente, devido à relevância ética, política e tecnológica que este tipo de produção requer (Grant & Sloniowski, 1998). Mas a experimentação estético-criativa é uma das suas grandezas. *“A criatividade é fundamental para uma boa produção documental e não deve ser jamais excluída como elemento na construção de uma obra desse género”* (Gregolin, et al., 2002, p. 13).

Os documentários dependem não de criatividade inventiva, mas do arranjo criativo dos elementos factuais, tecendo uma narrativa que deve ser mais do que a soma das suas partes, e que deve ser convincente sem sacrificar a integridade jornalística. Ou seja, a criatividade não pode tomar proporções tais que distorça os propósitos originais do documentário. Basta dar a ideia aos espectadores que eventos importantes ocorreram de uma forma diferente da original, seleccionando os factos para que corroborem apenas uma afirmação, ou subvertendo-os em serviço de uma história mais dramática, e acaba por se minar tanto o formato como o filme (Bernard, 2007).

A tradição documental tem, na sua génese, uma dependência forte da habilidade de transmitir a impressão de autenticidade. Esta é uma impressão poderosa, e é preciso ter em conta que o filme, já de si, transmite a impressão de movimento, que acaba por se tornar indistinguível do movimento real – uma vez que um filme é composto por uma sucessão rápida de imagens estáticas (Nichols, 2001).

Existem trabalhos documentais que se baseiam em factos reais, mas contêm dramatização. Estes não podem ser considerados documentários, porque se encontram a meio caminho entre o documentário e o filme ficcional. São assim categorizados de outra forma, geralmente através de

neologismos como “docudrama” ou “docuficção” (Gregolin, et al., 2002). Este tipo de obra costuma recorrer a estruturas e enredos narrativos com o intuito de conquistar a audiência, tentando contar histórias mais envolventes ao invés de meros relatos de questões sociais, económicas ou políticas (Miranda, 2009). Muitas vezes, as convenções estabelecidas em documentários são utilizadas para promover autenticidade, como a utilização de *takes*¹⁰ longos para fazer o espectador sentir que está a ver a realidade sem nenhum “polimento”; os movimentos de câmaras *handheld*¹¹ promovem a sensação de testemunho em primeira mão; ou mesmo entrevistas “de emboscada”, apanhando os sujeitos de surpresa, para fazer a audiência sentir que esse indivíduo deve estar a esconder alguma coisa (Aufderheide, 2007). A “Reality TV”¹², com produções como “Cops”¹³, ou filmes como “Forrest Gump”¹⁴, “The Truman Show”¹⁵ ou “The Blair Witch Project”¹⁶, exploram uma percepção de autenticidade presente no documentário.



Figura 6 – Imagens de “The Truman Show” (1998)

É possível assistir ao trailer deste filme em <http://www.youtube.com/watch?v=NkZM2oWcleM>

Como Miranda (2009, p. 21) indica, em suma, “documentário é um termo que arrasta consigo um peso: a obrigação de “representar a realidade”. O cumprimento ou não dessa promessa tem sido o que motiva grande parte da discussão que rodeia o documentário”.

¹⁰ *Take* é um termo utilizado para representa uma gravação contínua de uma cena.

¹¹ *Handheld* é um termo geralmente utilizado para designar a portabilidade de um aparelho electrónico.

¹² *Reality TV* é um género televisivo que apresenta situações não planeadas, normalmente com pessoas comuns ao invés de actores profissionais.

¹³ “Cops” no IMDB em <http://www.imdb.com/title/tt0096563/>.

¹⁴ “Forrest Gump” no IMDB em <http://www.imdb.com/title/tt0109830/>.

¹⁵ “The Truman Show” no IMDB em <http://www.imdb.com/title/tt0120382/>.

¹⁶ “The Blair Witch Project” no IMDB em <http://www.imdb.com/title/tt0185937/>.

2.1.3. O processo de criação de um documentário

Os documentaristas empregam as mesmas técnicas que os criadores de filmes ficcionais (Nichols, 2001). As pessoas que trabalham num filme, como os cinematógrafos, técnicos de som, designers digitais, músicos, editores, também podem trabalhar num documentário (Aufderheide, 2007). As fases de construção de um documentário são também as mesmas de um filme: pré-produção, produção e pós-produção (Rosenthal, 2002). As ferramentas com que o documentarista conta para a criação de um documentário são similares às utilizadas em qualquer outro filme, desde o som (som ambiente, música, efeitos de som, diálogo, narração); imagem (filmagens, material de arquivo que pode incluir fotografias, vídeos ou objectos); efeitos especiais em áudio e vídeo, incluindo animação; e criação de ritmo (tamanho das cenas, número de cortes, guião ou estrutura da história) (Aufderheide, 2007).

As histórias contadas por um documentarista são baseadas em questões familiares a outros autores, como “Quem são as personagens? O que desejam? O que lhes acontece se não conseguirem? Onde está a tensão? Para onde vai a história? Porque é que importa?” (Bernard, 2007). As estruturas narrativas dos documentários também são convencionais, têm inícios, meios, e finais; fazem os espectadores investir nas personagens e levam-nos em viagens emocionais (Aufderheide, 2007).

A criação da história, no entanto, sucede-se a um ritmo diferente daquele que é comum num filme. Apesar do processo conceptual começar no momento em que uma ideia é levantada, tal como num filme, muitas vezes o guião é a última coisa a tomar forma num documentário. E como Trisha Das (2007, p. 3) refere, “*muitas vezes, o guião é o aspecto mais subvalorizado do processo de criação de um documentário*”. Geralmente os documentários são trabalhados de acordo com um conceito, apresentado numa fase de pré-produção ou produção como um guia, ou *treatment*. Estes *treatments* podem ser documentos longos, ou de apenas algumas páginas. Existem mesmo documentários onde a situação exige uma resposta imediata da parte dos documentaristas, não lhes dando tempo para preparar este guia (Bernard, 2007). No entanto, no caso de um documentarista se encontrar preso à questão “*o que devo filmar?*”, o guião assume um papel preponderante, sendo imperativo que este esteja bem definido, mesmo que venha a ser sofrer alterações significantes durante o processo de filmagem (Das, 2007). Rosenthal (2002) indica que os guiões são importantes para estruturar o processo, sendo lógica a sua utilização, especialmente para organizar as intenções do documentário e transmiti-las a toda a equipa,

desde os envolvidos na pré-produção (incluindo patrocinadores), aos que efectuam o trabalho de campo (realizadores, câmaras), ou mesmo aos que efectuam a pós-produção e edição, fornecendo-lhes informações sobre as sensações e acções que se pretendem registar. O mesmo autor indica, no entanto, que todo o tipo de filmes podem ser feitos sem guiões, mas estes ajudam a facilitar esta tarefa.

O processo conceptual dura, portanto, ao longo de todas as fases de criação do documentário, mesmo na produção e pós-produção. Isto não significa que não exista planeamento da história – mesmo os criadores *verité* o fazem. Pode haver excepções, é certo, mas filmar sem pensar, com a intenção de fabricar uma história mais tarde, pode criar problemas a nível da estrutura, arriscando-se a não ter elementos suficientes para contar a história que se pretende.

Uma história pode começar com uma ideia, uma hipótese, ou uma série de questões, tornando-se mais focada durante o processo de criação do documentário, até que o resultado final tenha um início impulsionador, um meio inesperado, e um fim satisfatório. Muitas vezes o tema, a matéria recorrente que está inerente ao projecto em curso, é uma ideia que ilumina um aspecto da condição humana. Os melhores documentários não só embrenham a audiência na história, mas com temas que ressoam além das particularidades dos eventos contados. E mesmo que a audiência não esteja interessada no tópico seguido, é trabalho de um bom documentarista fazer com que eles se interessem, através da forma como a história é contada (Bernard, 2007). O próprio documentarista tem de ser “*um louco*”, no sentido em que necessita de acreditar na história, nas personagens e nos temas em que reflecte para que se invista profundamente na comunicação e partilha destes (Rosenthal, 2002, p. 12).

“Existem muitas maneiras de contar uma história documentária de qualidade” (Bernard, 2007, p. 10). As entrevistas são uma das formas de contar estas histórias, tendo especial interesse para este projecto. Para Michael Rabiger, autor de *Directing the Documentary*, “*entrevistar é o cerne do documentário, mesmo que o filme não contenha uma única “cabeça falante”. Entrevistar significa não apenas mencionar informação em frente a uma câmara, mas ter habilidades e coragem para conduzir intercâmbios pessoa-a-pessoa, nas suas formas mais profundas*” (Rabiger, 2004, p. 329). Para criar entrevistas, é necessário obter acesso ao “*mundo*” dos entrevistados, de forma a dar aos espectadores experiências que vão além das suas próprias. E ganhar este acesso depende da criação de uma relação de confiança com as pessoas que podem garantir esta admissão. É importante respeitar essa confiança através de uma relação profissional, pois é

geralmente mais simples conseguir obter pontos de vista se as pessoas inquiridas tiverem uma garantia de que o documentarista os valoriza, e que ser-lhes-á dada a possibilidade de ser ouvidos, mesmo que a sua opinião seja contrária ao que o criador do documentário pretende (Bernard, 2007). Assim, *“uma entrevista pode seguir todos os tipos de direcção e abrir novos caminhos para averiguação”* (Rosenthal, 2002, p. 176).

Garantindo o acesso às opiniões dos sujeitos, durante a própria entrevista existem algumas orientações que podem tornar este trabalho mais fácil. Saber antecipadamente alguns pontos específicos a perguntar, e incluir algumas questões que poderiam ser úteis ou que não estão completamente dentro do âmbito original da entrevista podem ser uma forma de obter respostas interessantes, pois nunca se sabe o que se pode adquirir. No caso de se saber com alguma antecipação características dos indivíduos a entrevistar, é normal adaptar as questões àquelas que se pensa que este pode responder melhor. *“Raramente é produtivo perguntar a toda a gente que participa num filme as mesmas 20 questões”* (Bernard, 2007, p. 188). O entrevistador, ao dirigir o participante, providenciando o suporte, desafio, ou orientação necessária, pode ajudar a fazer com que se tornem visíveis coisas que, de outra forma, continuariam escondidas. *“Isto, no entanto, não significa manipular a pessoa com intuitos exibicionistas. Muito pelo contrário, significa providenciar assistência quando o entrevistado viaja, talvez pela primeira vez, o que é realmente o seu caminho pessoal”* (Rabiger, 2004, p. 330).

O estilo de entrevista, enquanto necessita de ser enérgico, depende do entrevistador. Existem aqueles que preferem dar algum “conforto” ao entrevistado iniciando com questões mais simples antes de proceder para material mais “forte”. Já outros, cujo estilo é mais confrontacional, preferem aparecer já com as câmaras a rodar. A forma como as perguntas são feitas é outra das questões que pode mudar, muitas vezes dependendo do caso do entrevistador aparecer no campo filmado a interrogar. Caso este esteja fora do plano de visão do espectador, e a sua questão não seja ouvida, é importante questionar os sujeitos para que as suas respostas sejam mais completas, não dependendo da pergunta efectuada. Ou seja, não fazer perguntas que se respondam com “Sim, claro, concordo”, mas que solicitem uma resposta mais completa. De igual forma, a obtenção de algumas respostas contraditórias não deve ser descartada de imediato, pois pode fortalecer o filme, providenciando a sensação aos espectadores de que estes não estão a ser manipulados. Isto não quer dizer que qualquer ponto de vista deva ser incluído na versão final do documentário (Bernard, 2007). Um entrevistador, segundo Rabiger (2004), deve igualmente demonstrar alguma resistência ao imediato e ao superficial quando sente que existe algo mais

profundo, tentando olhar além da superfície. No entanto, ao aceder a sentimentos e histórias profundas, o documentarista encontra-se num terreno perigoso, devido à dualidade existente, podendo providenciar ao entrevistado uma nova arena para crescer e se libertar, ou tornar-se intrusivo e explorar o participante. Mas, Rabiger afirma, *“este é um risco existente em todas as relações humanas”*. *“É seguro dizer que quanto mais há em risco, maior o potencial para existir crescimento ou provocação de danos”* (Rabiger, 2004, p. 330). Assim, existe uma necessidade dos próprios participantes se identificarem com os valores e metas estabelecidas para o trabalho, de forma a que estes estejam cientes, e queiram fazer parte, do tipo de experiência que o documentarista lhes pode providenciar durante o processo de criação de um documentário.

Como Sheila Curran Bernard (2007, p. 11) afirma em *Documentary Storytelling*, existem muitas formas de contar as muitas histórias existentes, *“um número cada vez maior de documentaristas para as contar, e tecnologia de alta qualidade e baixo custo com que contá-las. Portanto, deve-se contar uma história boa e honesta, contribuindo para a compreensão de quem somos, onde estivemos, e o que poderemos ser. Deve-se ter uma mente aberta. Ser rigoroso.”*

2.1.4. A revolução dos novos media

“Hoje em dia, toda a gente é um cineasta. Antigamente, existiam dois enormes factores que separavam o amador do profissional: dinheiro e tecnologia.” (Figgis, 2007, p. 1)

Esta é uma das afirmações iniciais de Mike Figgis no seu livro *Digital Film-Making*, que demonstra a mudança de paradigma estabelecida através da miniaturização e acessibilidade do material tecnológico.

Muitas destas transformações ainda influenciam a criação documental actualmente, visto que conduziram à adopção de uma *“voz coloquial, mais pessoal, no género”*, ajudaram à *“quebra das sequências pré-planeadas”* e *“encorajaram a criação do documentário nas salas de edição”* (Rosenthal & Corner, 2005, p. 4). Mas as alterações foram sentidas também ao nível das equipas de produção, com o número de pessoal necessário para a criação de projectos a diminuir, com a acumulação de funções disponível através das novas ferramentas digitais (Rosenthal & Corner, 2005, p. 4). Corner chega, inclusive, a utilizar o termo *“one person crew”*¹⁷ na descrição desta tática de produção. Penafria e Madaíl corroboram estas afirmações, *“o grande impulso na produção documentarista verificou-se nos anos 60, quando surgiram câmaras de filmar portáteis e financeiramente acessíveis”*. *“Convém referir que a maior parte dos documentários é realizada por equipas de produção muito reduzidas”* (Penafria & Madaíl, 1999a, p. 4).

Mas a configuração de uma equipa de produção é muito variada, de acordo com o tamanho de cada projecto e com as capacidades orçamentais e recursos. De um lado estão equipas enormes, com muitos meios, podendo inclusive ter vários grupos a filmar em simultâneo, em localizações diferentes (como é comum nos documentários de vida selvagem). No outro lado, estão essas *“one person”* ou *“two person crews”*. Em geral, trabalhar sozinho não é ideal, mas pode haver projectos que beneficiem desse facto. Jon Else, da Universidade da Califórnia, defende que a equipa deve ter no mínimo duas pessoas, porque *“trabalhar sozinho envolve um compromisso incrível, só há uma quantidade limitada de processamento cerebral, só há uma quantidade de poder muscular”* (cit. in Bernard, 2007, p. 178).

¹⁷ One person crew é um termo que se refere às equipas de produção nas quais apenas um indivíduo trabalha.

Esta miniaturização dos equipamentos, conjugada com a maior facilidade de acesso (devido à maior oferta disponível no mercado) e melhores preços associados a estas ferramentas, fez com que o documentário aumentasse a sua esfera de influência e popularidade junto do público nos anos recentes, estabelecendo o seu próprio nicho classificativo. Os Óscares da Academia Americana de Artes e Ciências do Cinema (AMPAS¹⁸) tiveram pela primeira vez em 1942, a criação de uma categoria para o género Documentário. Mas foi só pelos anos 90 que os documentários começaram a ser sinónimo de um grande negócio em todo o mundo. Em 2004, os negócios em documentários televisivos, só por si, renderam 4.5 biliões de dólares/ano (Aufderheide, 2007). Os documentários tornaram-se capazes de obter receitas similares a outros tipos de filmes. “*Fahrenheit 9/11*” (2004)¹⁹, de Michael Moore, rendeu perto de 120 milhões de dólares durante o tempo em que esteve disponível nos cinemas, tornando-se o documentário que mais lucrou durante as suas exhibições nas salas de cinema até aos dias de hoje²⁰.



Figura 7 – Imagens de “*Fahrenheit 9/11*”, de Michael Moore (2004)

O trailer deste filme está disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=2Zf2nCiBJLo>

Para além da multiplicação das receitas de bilheteira, é necessário ter em conta a expansão do mercado de vendas de DVD, *vídeo-on-demand*, e alugueres, que subiram exponencialmente a partir do início do século XXI (Aufderheide, 2007). As mudanças na tecnologia e na forma como se produz e consome estes media têm vindo a criar novas oportunidades, criando espaço para as histórias documentais tanto localmente como globalmente (Bernard, 2007). Todas estas mudanças deram origem a novos conceitos, como o de “*Pro-Am*”.

Este termo refere-se, segundo Charles Leadbeater e Paul Miller, “*aquele que faz a ponte entre o profissional e o amador*” (Leadbeater & Miller, 2004, p. 20). Um *Pro-Am* é aquele que persegue uma actividade enquanto amador, principalmente porque gosta, mas que estabelece para si próprio padrões de exigência e qualidade quase, senão mesmo, profissionais. Apesar da

¹⁸ AMPAS – site oficial: <http://www.oscars.org/>

¹⁹ “*Fahrenheit 9/11*” no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0361596/>.

²⁰ <http://boxofficemojo.com/genres/chart/?id=documentary.htm>, consultado a 4 de Novembro de 2010

possibilidade de não terem proveitos monetários, ou destes serem reduzidos, ao praticar o seu passatempo, fazem-no com a dedicação e empenho geralmente associados ao desempenho de um profissional. Os *Pro-Ams* estabeleceram-se como um “*novo híbrido social*” e passaram a exercer influência na comunidade - socialmente, politicamente e economicamente.

Mas esta massificação do acesso às ferramentas de criação audiovisual trouxe consigo alguns inconvenientes. Como Figgis expõe, “*A evolução da câmara de vídeo está relacionada com a revolução dos microchips e com o conceito crescente de miniaturização. (...) É análogo aos telefones, os antigos podiam matar uma pessoa se alguém os atirasse. Hoje em dia os telefones são tão pequenos que é quase necessário que se movimentem entre a boca e a orelha. A mesma coisa aconteceu às câmaras, a um ponto que podemos perguntar: será que a câmara ficou pequena demais?*” (Figgis, 2007, pp. 24, 25).

No extremo oposto ao dos *Pro-Ams*, a questão da qualidade também se coloca: à medida que os amadores têm acesso ao equipamento, não há garantias de que o utilizem correctamente. O mesmo Figgis enuncia que “*Hoje em dia vejo pessoas a operar câmaras digitais com uma mão, a segurar um telemóvel com a outra, a fumar um cigarro... Irrita-me numa forma similar às pessoas que conduzem carros potentes só com uma mão. Porque é que não conduzem com duas mãos, se têm quatro pessoas no carro e podem matá-las num instante?*” (Figgis, 2007, p. 28).

A disponibilidade de tecnologia vídeo de baixo custo deveria aumentar a necessidade dos documentaristas de filmar inteligentemente. Hoje, é muito possível filmar tudo e acabar por não ter nada na fase de edição (Bernard, 2007). Steven Ascher, que trabalhou com filme (em 1996) e com vídeo digital (em 2006) em diferentes projectos, afirma que “*com filme, é necessário pensar realmente com antecedência em cada movimento de câmara, como vai encaixar-se com os outros, o que significará. As pessoas que aprendem a filmar com vídeo digital geralmente filmam mais continuamente, e isso é um problema real. Não param a câmara, não pensam onde começa e acaba cada cena, e isso resulta em material inutilizável, por vezes*” (cit. in Bernard, 2007, p. 182).

Consequentemente, é importante notar que a edição digital trouxe novas possibilidades e consequências à produção documental. Corner informa das discussões existentes em torno do efeito que estes proporcionaram, relativamente à “*gramática do documentário e à flexibilidade de utilização de imagem*” (Rosenthal & Corner, 2005, p. 5). Apesar do vídeo e das imagens produzidas digitalmente poderem trazer consigo uma maior fidelidade do que se passa em frente

às câmaras, levantam também muitas questões relativas a essa fidelidade. “Com imagens produzidas digitalmente, pode não existir uma câmara ou nada que venha antes dela, mesmo se a imagem final tem uma fidelidade extraordinária em relação a pessoas, lugares e coisas” (Nichols, 2001, p. xii). As argumentações em torno da manipulação digital trouxeram ao de cima preocupações já antigas sobre a falsificação e criação de embustes documentais. Entre estes contam-se os “*mockumentaries*”, que utilizam as convenções documentais com sujeitos ficcionais, para satirizar e parodiar tanto os sujeitos como o próprio género. Um exemplo destes é o filme “This Is Spinal Tap!” (1984)²¹, sobre uma banda heavy metal imaginária. Este filme ironiza as narrativas populistas de sucesso, e expõe ao ridículo convenções utilizadas para documentar, noutros filmes, concertos e cenas de bastidores de bandas reais. Tal como noutros *mockumentaries*, o humor depende da audiência ser capaz de identificar estas convenções (Aufderheide, 2007).

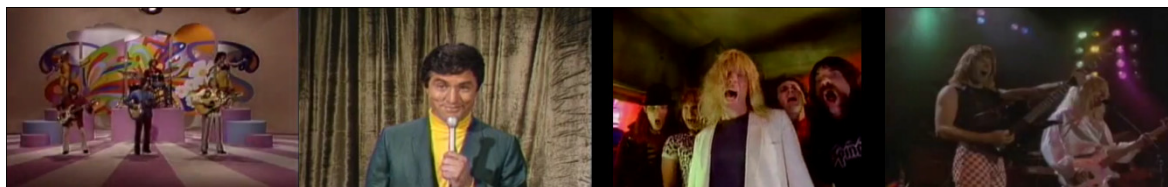


Figura 8 – Imagens de “This is Spinal Tap!” (1984)

É possível visualizar o trailer deste filme em <http://www.youtube.com/watch?v=YZbHaqBNY98>

No fundo, nos anos recentes, existem mais ferramentas disponíveis para os documentaristas poderem conceber e realizar os seus filmes, desde plataformas de ajuda à pesquisa e investigação²², a software para planeamento e edição²³ e até hardware de mais fácil acesso, versatilidade e baixo custo. Mas é necessário ter consciência de que estas ferramentas, só por si, não fazem os filmes – os criadores têm de continuar a ter em conta as convenções e os problemas para poder criar um produto final interessante.

Em seguida falar-se-á da relação entre o vídeo e a Web, das influências e mudanças que esta trouxe ao género documental, e das possibilidades que esta abriu para a construção de novas histórias e narrativas.

²¹ “This is Spinal Tap!” no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0088258/>.

²² Algumas ferramentas de apoio à pesquisa e organização em <http://coffeeandcelluloid.com/2007/05/12/documentary-tools-20/>

²³ Algum software de apoio a produção documental em <http://coffeeandcelluloid.com/2008/10/24/five-sprockets-film-production-tools-online/>

2.2. A Web e as suas influências no vídeo

Entre as diferentes plataformas tecnológicas que surgiram e cuja evolução foi sentida ao longo dos últimos anos, destaca-se uma, que é de particular importância no contexto deste trabalho: a *World Wide Web*. A *Web* surgiu em 1989, pelas mãos de Tim Berners-Lee, nos laboratórios do *CERN*²⁴ (*Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear*), quando este imaginou uma integração em rede de todos os computadores ligados à Internet, fazendo com que cada computador fosse um arquivo desta mesma rede. Ou seja, toda a informação estaria interligada e armazenada, acessível a partir de qualquer terminal que estivesse conectado à Internet. (Abreu, 2006)

Para o audiovisual, isto significou a possibilidade de um novo caminho e consequentes adaptações para a utilização deste. Durante a década de 90, três aplicações destacaram-se no mercado da visualização audiovisual na Web: o *Windows Media Player*²⁵, da Microsoft; o *Quicktime Player*²⁶, da Apple; e o *RealPlayer*²⁷, da Real Networks. O RealPlayer foi também a primeira das aplicações deste género a permitir o *streaming*²⁸ de vídeo, em 1995 (Emigh, 2006). É importante ter em conta que, no entanto, devido às baixas velocidades de acesso à Internet disponíveis ao público nesta época, a visualização de vídeos era ainda muito limitada. Um artigo de Logan Kelsey e Jim Feeley, escrito em 2000 e disponibilizado pelo site *Digital Video*²⁹ aponta a baixa qualidade de vídeo presente nos vídeos criados para a Web por essa altura, devido à compressão aplicada para que o tamanho desses ficasse pequeno o suficiente para as suas transferências. A resolução dos vídeos, a sua frame rate, a qualidade de imagem eram factores que fizeram com que, à altura, não fosse possível dizer que os vídeos eram sequer comparáveis aos mostrados por uma televisão. Kelsey e Feeley afirmaram que, na época, o vídeo para a Web era limitado – mas que, com a massificação de acesso de banda larga alguns no futuro, o vídeo na Web poderia vir-se a tornar superior até aos formatos televisivos (Kelsey & Feeley, 2000).

²⁴ Página oficial do CERN - <http://public.web.cern.ch/public/>

²⁵ Página oficial do Microsoft Windows Media Player - <http://windows.microsoft.com/en-US/windows/products/windows-media-player>

²⁶ Página oficial do Apple Quicktime Player - <http://www.apple.com/quicktime/>

²⁷ Página oficial do RealPlayer - <http://www.real.com/realplayer>

²⁸ *Streaming* refere-se à tecnologia utilizada para comprimir e enviar conteúdo através da internet, sendo visualizado pelo espectador em tempo real. Ou seja, o utilizador não tem de esperar pelo final do download de um ficheiro para o visualizar, visto que este é uma corrente contínua de dados, sendo visualizável assim que chega ao terminal. Mais informações em http://searchunifiedcommunications.techtarget.com/sDefinition/0,,sid186_gci213055,00.html

²⁹ Página do site Digital Video – <http://www.dv.com>

2.2.1. A Web 2.0 e a era da partilha/interacção/participação

A *World Wide Web* não é estática, é uma entidade dinâmica (O'Reilly & Battelle, 2009). Ao longo dos mais de 20 anos que decorreram desde que Tim Berners-Lee cunhou o conceito, muitas transformações ocorreram e ainda continuam a ocorrer, tanto a nível da navegação, no conteúdo acedido, ou mesmo no modo de a visualizar. Uma destas transformações deu origem ao termo “*Web 2.0*”.

Com a crescente expansão de interesse pela Internet pelo final dos anos 90, os anos finais do século XX tornaram-se ricos em investimento efectuado em diversas páginas web, valorizando-as a pontos extremos, criando o que é normalmente denominado por “*bolha dot.com*”. Em 2001, com o rebentamento desta bolha, o mercado colapsou, o que levou muitas destas empresas à bancarrota. Muitas pessoas concluíram então que a Web tinha sido sobrevalorizada. O'Reilly (2005) indica-nos que partiu deste cenário para a concepção da *Web 2.0* durante uma reunião de brainstorming, em que eram discutidas as repercussões deste rebentamento. Aparentemente, a web tornara-se mais importante do que nunca, com novas aplicações e sites a aparecerem com surpreendente regularidade. Para além disso, as empresas que sobreviveram ao colapso aparentavam ter coisas em comum. O consenso dessa reunião foi, então, que o colapso dot.com havia marcado um ponto de viragem para a web, e que a *Web 2.0* nascera (O'Reilly, 2005). Antes disso, o termo já havia sido cunhado por Darcy DiNucci mas, depois deste evento, passou a representar toda uma nova era da Internet (Miranda, 2009).

O termo tornou-se popular. No entanto, o seu significado foi alvo de intensas discussões e desacordos. O próprio O'Reilly acabou por escrever um artigo, denominado “*What is Web 2.0*”³⁰, na tentativa de explicar o que este representava (O'Reilly, 2005).

Cormode e Krishnamurthy (2008) afirmam que a definição é, ainda assim, elusiva, visto que o termo captura uma combinação de inovações presentes na Web nos anos recentes, e muitos sítios são difíceis de categorizar entre “*Web 1.0*” e “*Web 2.0*”. No entanto, existe uma clara separação nalguns dos sites mais populares inseridos na “*Web 2.0*” (como o *Facebook*³¹ e *Youtube*³²), e a “antiga web”. Cormode e Krishnamurthy (2008) dividem estas separações em 3

³⁰ “*What is Web 2.0*” por Tim O'Reilly – disponível em <http://www.oreillynnet.com/go/web2>.

³¹ Página oficial do Facebook – <http://www.facebook.com>

³² Página oficial do Youtube – <http://www.youtube.com>

eixos: tecnológico (devido às linguagens e tecnologias utilizadas para gerar o site e permitir a interação do utilizador); estrutural (devido ao propósito e estrutura do site), e sociológico (quanto às noções de amigos e grupos).

Uma empresa *Web 2.0*, segundo O'Reilly aponta, deve ter na sua base as seguintes competências:

[Fonte: (O'Reilly, 2005)³³]

- *Providenciar serviços, não “software empacotado”, com escalabilidade por custo eficiente* – Este ponto refere-se a proporcionar aos seus utilizadores uma funcionalidade que estes não tenham disponível fora da web, e permitir que esta funcionalidade se expanda com a sua contribuição.
- *Controlo sobre fontes de dados únicas e difíceis de recriar, que enriquecem com a utilização por parte dos utilizadores* – Com a *Web 1.0*, o criador de uma página era o único a ter acesso e a poder modificá-la. Num sistema *Web 2.0*, é permitido ao utilizador comum que participe, alterando a imutabilidade de uma página.
- *Confiança nos utilizadores como co-criadores* – Autorizar ao utilizador que participe, criticando e comentando, podendo mesmo alterar coisas mínimas por eles próprio.
- *Manter inteligência colectiva* – Ao contrário da *Web 1.0*, em que um site era apenas olhado estaticamente, da perspectiva do criador, num sistema *2.0* este é construído por várias vozes participantes.
- *Adicionar valor a si mesma através de auto-serviço pela parte dos clientes* – permitir aos utilizadores a criação de nichos que os sirvam, aumentando assim o seu próprio valor global pela adição de pequenas partes.
- *Software que esteja acima de um único dispositivo* – a acessibilidade de um site deve ter uma abrangência o maior possível, permitindo o acesso ao maior número de dispositivos possível.
- *Interfaces de utilização leves, modelos de desenvolvimento, modelos de negócio* – Acima de tudo, os sites devem ser fáceis de utilizar, com flexibilidade suficiente para se adaptarem a mudanças.

Como é fácil compreender, muitos dos pontos acima referidos focam-se em melhorar a experiência do utilizador, e levá-lo a partilhar e interagir. As ferramentas são fáceis de manusear, e consequentemente, permitem ao utilizador que produza e, por sua vez, disponibilize a outros

³³ Descrição livremente baseada em <http://www.bbc.co.uk/dna/h2g2/A20928666>

(Miranda, 2009). Uma das inovações mais populares da *Web 2.0* foram os “*mashups*”, que combinam ou retornam conteúdo de formas novas. Por exemplo, um mesmo website pode recolher informações de tipos diferentes e conjugá-las de forma a obter um conteúdo novo (um exemplo dado por Cormode e Krishnamurthy (2008) é o de moradas reais, interligadas com uma aplicação de mapas, utilizadas por um site de anúncios).

A abrangência é outro conceito associado à *Web 2.0*. Com o avanço regular de novas formas de partilha, a Web infiltrou-se em cada classe, ocupação e região. Muito disto é devido à facilidade de criação e disseminação que esta potencia, algo que nunca havia sido previsto (Kelly, 2005).

A diferença mais clara entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0* encontra-se nos criadores de conteúdos. Estes eram diminutos na versão 1.0, com a vasta maioria dos utilizadores a agir simplesmente como consumidores de conteúdos. Já na *Web 2.0*, qualquer participante pode ser criador de conteúdo, e numerosas ajudas tecnológicas foram criadas e implementadas para ajudar a maximizar esse potencial colocado nas mãos do utilizador (Cormode & Krishnamurthy, 2008).

O *Conteúdo Gerado por Utilizador* (em inglês, *User-Generated Content* ou *UGC*) é uma das principais características desta Web participativa. Este termo, não tendo uma definição acordada, refere-se a trabalhos que tenham 3 características principais, de acordo com a Organização para a Cooperação Económica e Desenvolvimento. São elas a necessidade de publicação, o esforço criativo e a criação fora de rotinas e práticas profissionais. Ou seja, o trabalho tem de ser publicado num qualquer contexto (seja ele um website pessoal, social ou outro). Tem também de conter valor dado pelo utilizador no sentido criativo, e não pode ser realizado com a expectativa de obter uma remuneração (Clever, Kirchner, Schray, & Schulte, 2009). A *Time Magazine* nomeou como pessoa do ano de 2006 o “Tu” (“You”) – um “*web-soldado*” desconhecido simbolizando a produção agregada dos milhões de utilizadores da web á volta do mundo (Dijck, 2007). Isto demonstra a importância do *UGC* e a influência que exerce, tanto na Web como no Mundo (Kelly, 2005).

É por isso que os conceitos de participação, interacção e partilha são tão importantes para o conceito de *Web 2.0*. Porque esta abrange todo o tipo de pessoas e todas têm oportunidade de dar o seu contributo, à sua maneira. Os *bloggers*, *uploaders*, *downloaders*, *reviewers*, *writers*, *traders*, *sharers* e outros, têm a oportunidade de interagir e contribuir com conteúdo para o universo virtual que é seu. (Dijck, 2007)

Uma história interessante que confirma este carácter global e participativo é aquela contada por Kevin Kelly (2005, p. 6), transcrita abaixo:

“O que pode ser uma melhor marca de aceitação irreversível do que a adopção pelos Amish? Estes encaixam-se num arquétipo: chapéus de palha, barba desgrenhada, mulheres com toucas, sem electricidade, telefones ou televisões, cavalo e carroça. Têm uma reputação não merecida por rejeitar todas as tecnologias, quando na verdade apenas as adoptam muito tardiamente. Ainda assim, fiquei espantado quando os ouvi mencionar Web sites.

“Web Sites Amish?”, perguntei.

“É para publicitar o nosso negócio de família. Soldamos grelhas de churrasco na nossa loja.”

“Sim, mas...”

“Ah, usamos o terminal de Internet na biblioteca pública. E o Yahoo!”

“Soube nesse instante que a batalha tinha acabado”.

Tim O'Reilly, num novo artigo chamado *“Web Squared: Web 2.0 Five Years On”* (2009), faz uma análise sobre o estado da *Web 2.0*, suas principais características, mudanças efectuadas e projecções futuras para a *Web*. O'Reilly indica que a principal característica da *Web 2.0* é a de *“criar uma inteligência colectiva”* (O'Reilly & Battelle, 2009, p. 1). Isto acontece devido à cooperação e co-criação pela parte da comunidade de utilizadores. Esta inteligência aproveita áreas que não tinham sido sequer imaginadas previamente, como a dos telefones móveis. Os *smartphones*³⁴ levaram a *Web* das secretárias para os bolsos dos consumidores. Isto tem vindo a transformar, aos poucos, os telefones e câmaras em “olhos e ouvidos” para aplicações, fazendo com que informação seja cada vez mais recolhida, apresentada e analisada em tempo real. *“A escala de participação aumentou em ordens de magnitude”* (O'Reilly & Battelle, 2009).

Isto só é possível porque as regras fundamentais da *Web 2.0* se aplicam para qualquer aplicação em rede, seja ela móvel ou baseada na web – e as linhas que separam as duas estão, cada vez mais, a esbater-se (O'Reilly & Battelle, 2009).

³⁴ Smartphone é um termo utilizado para descrever a geração de telemóveis contendo habilidade computacional e opções de conectividade superiores às dos telefones móveis básicos contemporâneos.

Nesta análise, O'Reilly (2009, p. 10) indica ainda que *“quando iniciámos os eventos que deram origem à Web 2.0, afirmámos que “a Web é uma plataforma”. Desde então, milhares de empresas e milhões de vidas foram mudados pelos produtos e serviços construídos nessa plataforma. Mas 2009 marca um ponto central na história da Web. A Web já não é uma indústria por si só – A Web é agora o mundo.”*

Na próxima secção, serão discutidas diversas tecnologias de partilha e divulgação de conteúdo audiovisual que surgiram tendo como base a plataforma Web.

2.2.2. Tecnologias de Partilha e Divulgação de Conteúdo Audiovisual Online

Tal como a Web se encontra em constante evolução, também o panorama para o vídeo digital se modificou ao longo dos anos. A indústria de software rapidamente abraçou a Internet como sendo a plataforma ideal para vídeo digital (Li, Gupta, Sanocki, He, & Rui, 2000). Tecnologias surgiram e desapareceram, de forma a acompanhar este desenvolvimento da Web e da cultura a ela associada. *“A produção audiovisual deixa de ser pensada exclusivamente para broadcasting e passa a ser estudada e planificada para a web, de forma a adequar-se às características do novo meio e a tirar partido das diversas potencialidades que este coloca ao seu dispor”* (Oliveira, 2010, p. 17).

As tecnologias *Quicktime Player*, *Windows Media Player*, e *Real Player* perderam quase todo o mercado que tinham estabelecido nos anos iniciais deste século, tendo a sua presença na Web quase sido extinta, apesar de as aplicações em si ainda existirem (Green, 2006). Isto deveu-se principalmente devido à emergência de uma outra tecnologia, chamada *“Flash”*³⁵. Esta tecnologia foi originalmente desenvolvida em 1995, com o intuito de providenciar uma forma de criar animações para a Web, denominada de *“FutureSplash Animator”*. Em 1997, a empresa Macromedia adquiriu o produto e renomeou-o *“Flash”*, adicionando o suporte para vídeo com o Flash 6, lançado em 2002 (Emigh, 2006).

Ao mesmo tempo, os consumidores obtinham acesso a larguras de banda maiores, e não estavam dispostos a esperar para que o download de um vídeo terminasse antes de o poderem ver. Os designers começaram, também por esta altura, a olhar para as páginas Web como espaço que eles controlavam – o conteúdo devia estar apenas e só onde eles designavam (Green, 2006). Green (2006, p. 1) indica que *“se o vídeo ia estar contido numa página com texto à sua volta, não iam deixar que o QuickTime dissesse aos espectadores que “fizessem upgrade para a versão pro”, ou que o player da Microsoft movesse o vídeo fora da página, para outra área do ecrã. Isto foi uma profunda mudança na percepção da comunidade de design. Até esse ponto, o vídeo era uma tecnologia “fixe” e o “fixe” ganhava ao “controlo”. Quando os criadores e os designers começaram a olhar para o vídeo não como “vídeo” mas como “conteúdo”, começaram a migrar para o Flash Player e para o Flash Video”*.

³⁵ Página oficial do Flash Player - <http://www.adobe.com/br/products/flashplayer/>

Outra questão que levou à ascensão do *Flash Video* foi a necessidade de uniformização – até então, existiam restrições severas na utilização dos diferentes players: o *Windows Media Player* apenas funcionava em sistemas Windows; o *QuickTime Player* funcionava apenas em plataformas Windows e Macintosh; e o *RealPlayer* era o mais compatível de todos, funcionando nestas duas plataformas e ainda em Linux e Solaris. O *Flash*, tal como o *RealPlayer*, funcionava nas diversas plataformas, mas tinha ainda a vantagem de ser consideravelmente mais pequeno e oferecer velocidades de download maiores (Emigh, 2006).

O *Flash* tornou-se o web standard, uma peça essencial. Em 2005, o *Flash Player* já se encontrava em 97.3% de todos os computadores com acesso à Internet (Green, 2006). A sua importância era tão sentida que Greene afirmou, sobre a compra da Macromedia pela Adobe, “se perguntasse a alguém da Adobe a razão que os levou a comprar a Macromedia, a sua resposta seria sucinta: “Flash”” (Green, 2006, p. 4).

A maioria, senão mesmo todas, das grandes páginas Web que utilizam vídeo recorrem ao Flash Player para o disponibilizar. *YouTube*, *Hulu*³⁶, *Dailymotion*³⁷, *Vimeo*³⁸, *Metacafé*³⁹, *MySpace Videos*⁴⁰, *Yahoo! Videos*⁴¹ são apenas alguns dos maiores sites que disponibilizam vídeos, tendo milhões de visitas mensalmente – e todos eles recorrem à tecnologia Flash.

O YouTube, criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, é o maior site de partilha de vídeo online actualmente. Os seus servidores processam praticamente todos os formatos de vídeo disponíveis, convertendo-os em *Flash video*, para que possam ser disponibilizados online (Oliveira, 2010). Dados fornecidos pelo YouTube e compilados pelo blog Website Monitoring em Outubro de 2010⁴² revelam que a página excede 2 biliões de visualizações por dia, com 24 horas de vídeo a serem-lhe enviadas a cada minuto. Centenas de milhões de vídeos são vistos todos os meses a partir de dispositivos móveis. Além disso, todos os anos novas funcionalidades são adicionadas – o YouTube disponibiliza tecnologias de filtragem (lançadas em Maio de 2006), canais para parceiros (iniciados em Dezembro de 2007), anotações interactivas (Junho 2008),

³⁶ Página oficial Hulu – <http://www.hulu.com/>

³⁷ Página oficial DailyMotion – <http://www.dailymotion.com>

³⁸ Página oficial Vimeo – <http://www.vimeo.com/>

³⁹ Página oficial Metacafé – <http://www.metacafe.com/>

⁴⁰ Página oficial MySpace Videos – <http://vids.myspace.com/>

⁴¹ Página oficial Yahoo! Videos – <http://video.yahoo.com/>

⁴² Fonte: <http://www.website-monitoring.com/blog/2010/05/17/youtube-facts-and-figures-history-statistics/>, última consulta a 5 de Novembro de 2010.

legendagem (Agosto 2008), resoluções de alta definição 720p (Dezembro 2008) ou 1080p (Novembro 2009), ou até mesmo alugueres de vídeo (Janeiro 2010, ainda em fase de testes).

Desde a sua aquisição pelo Google, em Outubro de 2006, o Youtube tem vindo a providenciar conteúdo especial, devido a parcerias que cimentaram a sua posição como líder da partilha de vídeos online. Desde uma plataforma para debates políticos, em associação com a CNN ("CNN/YouTube Debates"⁴³), em Julho e Novembro de 2007; à transmissão em directo de um concerto dos U2⁴⁴ em Novembro de 2009; ou às transmissões em directo de uma entrevista do Presidente Barack Obama⁴⁵ (Fevereiro 2010) e da Primeira Liga Indiana de Críquete⁴⁶ (Abril 2010), o YouTube é uma página em constante actualização e adaptação.

The screenshot displays the CNN YouTube Debates website interface. At the top, the YouTube logo is on the left, followed by a search bar and links for 'Pesquisar', 'Navegar', 'Carregar', 'Criar conta', and 'Iniciar sessão'. The main banner features the text 'THE CNN YOUTUBE DEBATES' in large, bold letters, with 'THE REPUBLICANS' and 'BROADCAST NOVEMBER 28th' below it. A 'Recap' button is also visible. Below the banner is a row of candidate portraits. The main content area shows 'Question 1: GOP Debate Song' with a video player and a 'POST YOUR RESPONSE' button. A sidebar on the right lists 'The Questions' from 1 to 11.

Figura 9 – Os debates CNN/YouTube são um exemplo do conteúdo especial que o YouTube continua a providenciar.

⁴³ Página oficial dos debates YouTube/CNN republicanos – <http://www.youtube.com/republicandebate> e democratas <http://www.youtube.com/democraticdebate>

⁴⁴ Canal oficial dos U2 no YouTube – <http://www.youtube.com/U2official>

⁴⁵ Canal oficial de Barack Obama no Youtube – <http://www.youtube.com/user/BarackObamadotcom>

⁴⁶ Canal oficial da Indian Premier League no YouTube – <http://www.youtube.com/user/IPL>

2.2.3. Conteúdo Audiovisual Interactivo

“O vídeo é um meio com capacidade para comunicar vastos montantes de informação rapidamente e para transmitir sentimentos e interacções abstractas difíceis de expressar por outros meios. Mas a maior parte das formas de vídeo são passivas, assim que uma pessoa decida visualizar um pedaço de vídeo não interagem mais com ele a não ser para pausar, recuar, avançar, e parar” (Shipman, Girgensohn, & Wilcox, 2008, p. 1).

O interesse na utilização de vídeo interactivo já existe há muito tempo. Mas mais recentemente, devido às inovações e desenvolvimentos tecnológicos constantes, bem como aos melhoramentos efectuados no acesso à Internet, providenciando melhores protocolos e maiores larguras de banda, este interesse tem vindo a aguçar-se. A televisão digital também fez com que aumentasse o clamor por interactividade nas transmissões televisivas (Gradwohl & Iano, 2007).

A Web, desde a sua criação, teve como conceito base a interactividade, ao requerer navegação da parte do utilizador. Um dos termos associados à Web é, aliás, o *“Hyperlink”* – que não é mais do que uma ligação a outro documento. Quando diversos *hyperlinks* estão colocados numa mesma página, é pedido ao utilizador que interaja com eles, escolhendo qual o *“caminho”* que deseja seguir.

Com a Web, outro dos termos que tomou mais expressividade foi o termo *“Multimédia”*. Hoje, este conceito designa *“...integração de texto, som, imagens de todos os tipos onde tudo é controlado por um software que está inserido num único ambiente digital de informação”* (Miranda, 2009, p. 39). Quando um objecto multimédia possui interactividade, é comum designar-se por *“Hypermedia”*. Estas potencialidades de interacção, tanto em multimédia como em vídeo, aumentaram assim que o *Flash Video* foi tomado como *standard* (Green, 2006).

Não é, pois, de admirar, que uma destas formas de vídeo interactivo tenha sido denominada *“Hypervideo”* – aquela cuja interacção se restringe a ligações entre vídeos. Mas existem outros tipos de interacção em conteúdo audiovisual (Shipman, et al., 2008). Em termos televisivos, nas aplicações interactivas disponíveis actualmente incluem-se guias de programação, vídeos sob demanda, visões de câmaras exclusivas, entre outros (Gradwohl & Iano, 2007). No contexto deste

trabalho, importa estabelecer um foco sobre a Web, e tentar perceber quais as aplicações de interactividade disponíveis neste caso.

Na Web, a interactividade em conteúdo audiovisual tem sido explorada em diferentes situações, e tem maioritariamente sido utilizada como meio de promoção e publicitação para um produto ou marca. Empresas como VIMOTA⁴⁷ têm vindo a desenvolver aplicações de reconhecimento de elementos. O utilizador, ao seleccionar um elemento, é providenciado com informação adicional sobre esse elemento, geralmente correspondente a um produto.

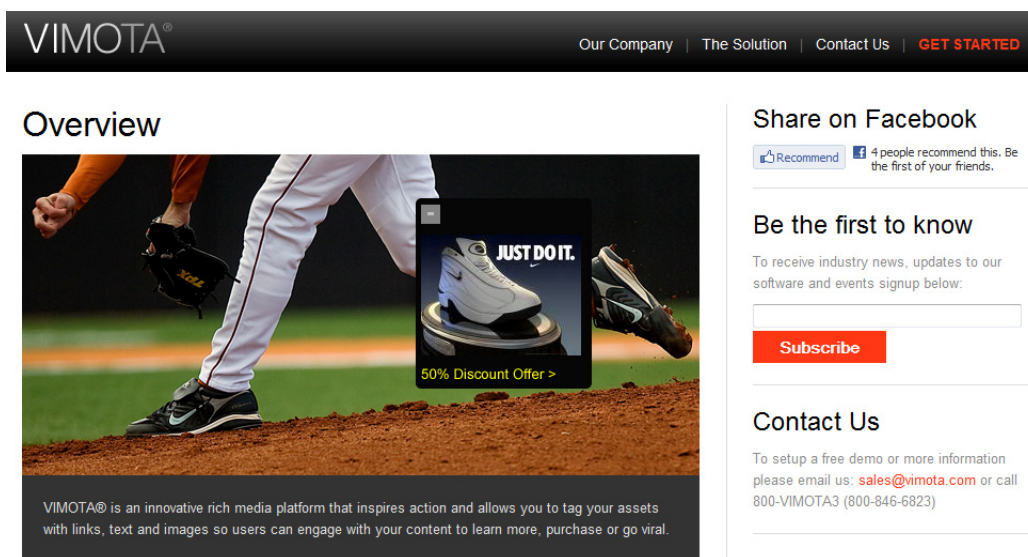


Figura 10 – A empresa VIMOTA proporciona aos seus clientes soluções de vídeo interactivo

Uma descrição mais detalhada em <http://www.vimota.com/overview.php>

Outras plataformas, como a plataforma wireWAX⁴⁸, permitem ao utilizador que utilize ferramentas de reconhecimento disponibilizadas no site de forma que, ele próprio, selecione objectos ou pessoas – que são depois associados a informação adicional, também apresentada em “overlay” (sobre o vídeo). Mesmo no caso de ser uma pessoa a seleccionada, existe uma tentativa clara de gerar vendas, ao associar produtos ao indivíduo.

⁴⁷ Página Oficial VIMOTA – <http://www.vimota.com/>

⁴⁸ Página Oficial wireWAX - <http://www.wirewax.com/>

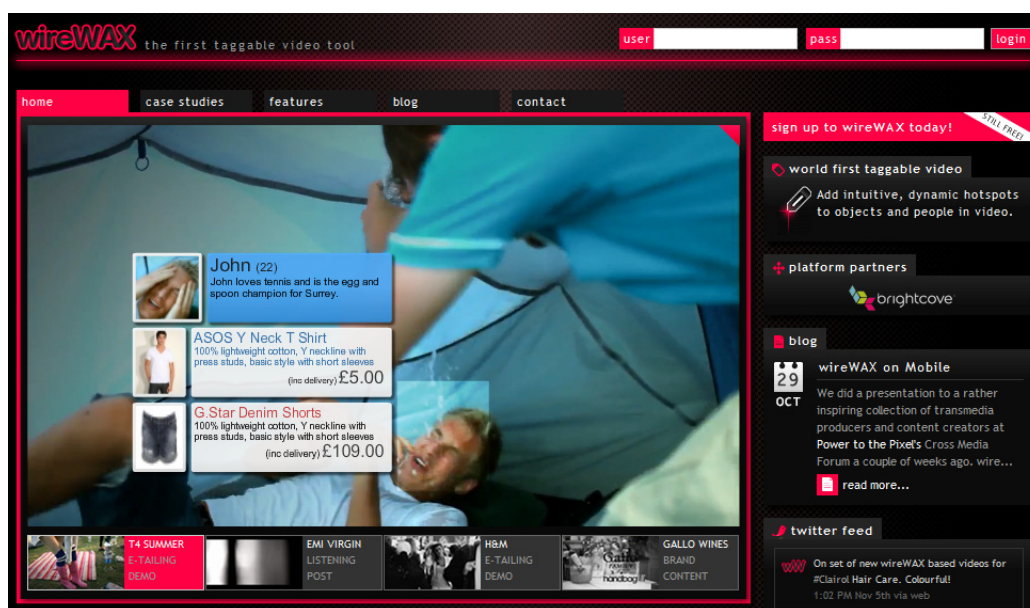


Figura 11 – A plataforma Wirewax e um exemplo de anúncios contextuais

Outro tipo de promoção de produtos ou serviços foca-se na personalização de conteúdo de acordo com os utilizadores. Geralmente, este tipo de interactividade baseia-se em informações providenciadas pelo utilizador, desde dados pessoais até fotografias, para providenciar uma experiência de vídeo adequada a cada espectador. Exemplos destas promoções encontram-se na campanha dos automóveis Mini⁴⁹ ou da série Dexter⁵⁰.

Figura 12 – A campanha Mini permite fornecer um conteúdo personalizado com base em dados fornecidos pelos utilizadores.

⁴⁹ Página Promoção Mini - <http://aveaword.glueserv.com/>

⁵⁰ Página Promoção Dexter – <http://www.thedexterhitlist.com/>

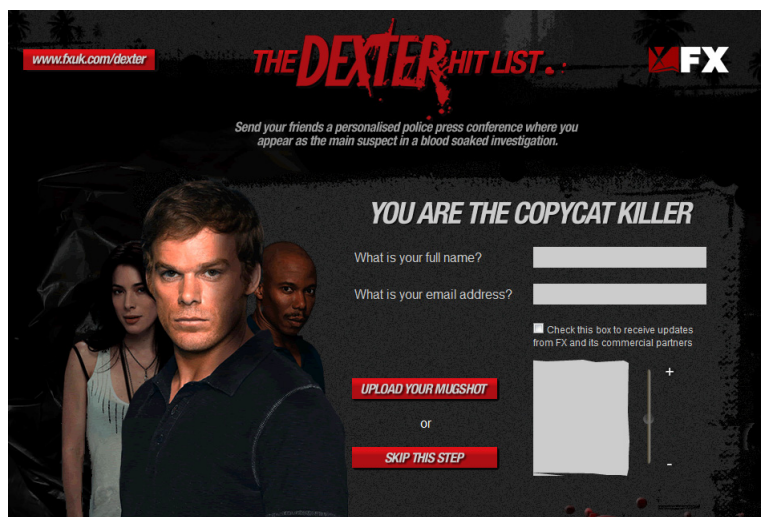


Figura 13 – Na campanha de Dexter, é possível inserir dados e uma foto, que serão depois utilizados para utilizar o espectador como personagem num curto vídeo.

Outros exemplos de interactividade em vídeo incluem a possibilidade do utilizador, ao interagir, alterar o próprio vídeo, ou as disposições de objectos neste – como é visível no vídeo promocional para a banda *The Arcade Fire – Neon Bible*⁵¹.



Figura 14 – Na página de Neon Bible, é possível alterar a disposição de objectos ao movimentar o rato, ou clicar em objectos presentes no ecrã.

O Google tem vindo a providenciar ferramentas para a criação de publicidade a apresentar tanto em web sites como sobreposta em vídeos, no YouTube. O *Display Ad Builder*⁵² providencia aos utilizadores que desejem publicitar produtos ou serviços uma plataforma que, de maneira simples e intuitiva, possibilita criar anúncios.

⁵¹ Página Promoção Neon Bible – <http://www.beonlineb.com/>

⁵² <http://www.google.com/adwords/displaynetwork/plan-creative-campaigns/demo.html>

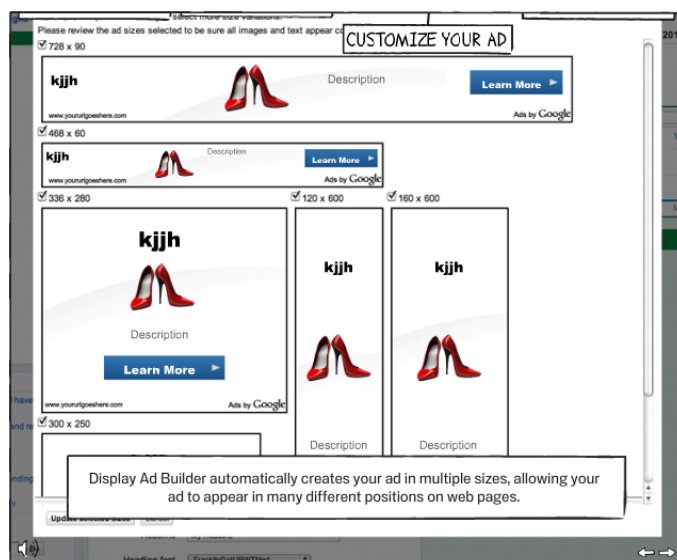


Figura 15 – Display Ad Builder, do Google, permite criar anúncios interativos.

O YouTube, conforme mencionado anteriormente neste documento, através de parcerias inovadoras com diversas empresas, tem possibilitado campanhas interativas – como a campanha Tipp-Ex⁵³, “Hunter Shoots Bear”, que pede ao utilizador para inserir palavras, sendo-lhe depois apresentados vídeos diferentes de acordo com as palavras inseridas.

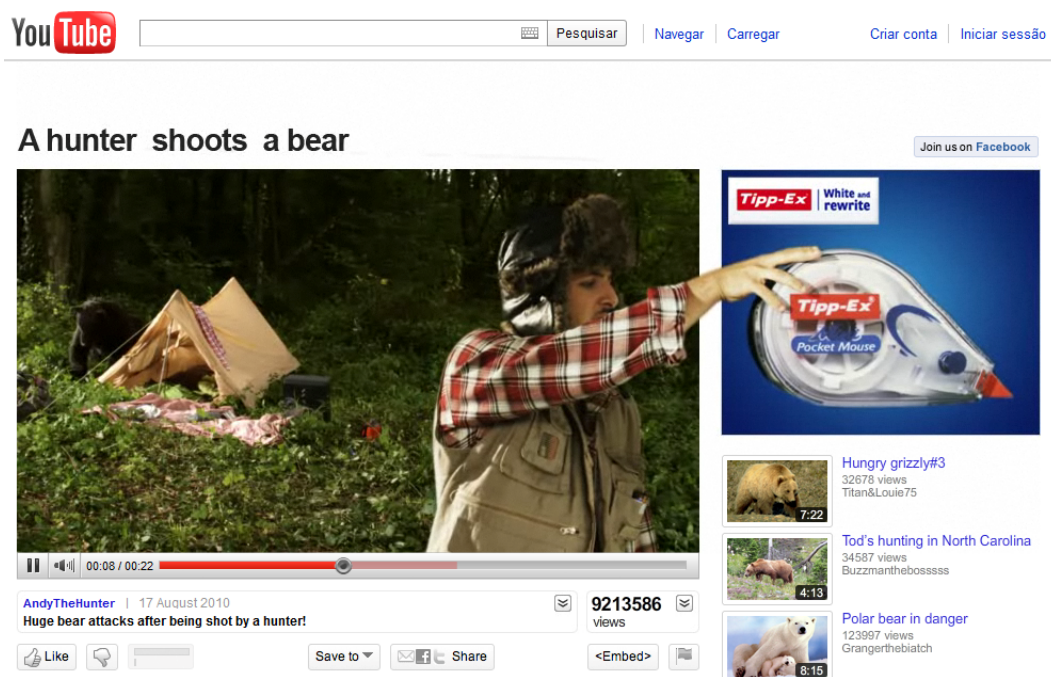


Figura 16 – Hunter Shoots Bear é um exemplo de campanha interactiva possibilitada pelo YouTube

⁵³ http://www.youtube.com/profile?annotation_id=annotation_980821&user=tippexperience&feature=iv

Para o utilizador comum, o Youtube providencia as *Annotations*⁵⁴ – formas de criar *links* interactivos ou adicionar informação textual aos vídeos. Existe ainda a possibilidade do utilizador permitir a amigos que adicionem anotações nos seus vídeos.



Figura 17 – Annotations do Youtube – O utilizador Freddiew⁵⁵ utiliza frequentemente os diferentes tipos de anotações disponíveis.

⁵⁴ http://www.youtube.com/t/annotations_about

⁵⁵ <http://www.youtube.com/user/freddiew>

2.2.4. O Web Documentário

Com todas as mudanças tecnológicas, novos conceitos e mudanças de pontos de vista associados a esta revolução tecnológica, não é de admirar que a web tenha trazido consigo a oportunidade ideal para a reinvenção e adaptação de géneros (Rosenthal & Corner, 2005). Penafria e Madaíl (1999b, p. 1) referem “*a relação íntima e directa que o documentário pode estabelecer com a evolução tecnológica, mais concretamente, no sentido do documentário usufruir dos novos suportes digitais*”.

O documentário é um género que beneficia com a utilização de novas tecnologias. Para o documentarista, as novas tecnologias são mais um suporte para o “tratamento criativo da realidade” (Penafria & Madaíl, 1999b). Os novos suportes de difusão, como a Internet, vieram exigir uma adaptação tanto por parte do documentário como dos outros géneros audiovisuais. Isto acontece devido à necessidade do tratamento de informação variar conforme o meio onde os conteúdos são difundidos (Miranda, 2009). Na Web, “não seria um documentário na sua forma televisiva ou cinematográfica que conseguiria um enésimo espaço de difusão” (Crou, 2010b, p. 2). O documentário, ao beneficiar do suporte Web, das tecnologias e recursos multimédia que esta disponibiliza, transforma-se – torna-se “*web documentário*” (ou “*webdoc*”).

Este é um termo ainda relativamente recente e difícil de definir, tal como o seu precedente documentário já havia sido. É um fenómeno recente, cuja evolução tem acontecido maioritariamente nos últimos 5 anos, pelo que ainda carece de muita literatura e reflexão teórica a seu respeito (Bauer, 2010). No entanto, pela web (o mesmo suporte que sustenta o web documentário), começam a existir fontes de informação e categorias especializadas neste conceito. Os *websites* *Webdocu.fr*⁵⁶ e *Webdocumentario.com.br*⁵⁷ são bons exemplos recentes de locais onde encontrar notícias e artigos sobre Web documentários, bem como projectos interessantes na área. Em termos de revisão bibliográfica, as primeiras referências encontradas a este conceito datam de 2002, com Maíra Gregolin, Marcelo Sacrini e Rodrigo Tomba (mencionados neste trabalho), a iniciarem as discussões em torno da questão. Ainda assim, os exemplos mais recentes ajudaram a perceber o enquadramento actual da problemática dos

⁵⁶ Página Webdocu.fr (em francês) – <http://webdocu.fr/web-documentaire/>

⁵⁷ Página Webdocumentario.com.br (em português do Brasil) – <http://webdocumentario.com.br/>

webdocs, visto que Gregolin, et al., discutiram o conceito num contexto muito distinto do presente.

Em França, muitos canais televisivos lançaram, também, uma secção específica em web documentário nos seus *websites*. Desde o France 5⁵⁸, passando pelo France 24⁵⁹, até ao Arte.TV⁶⁰, todos apresentam uma selecção de web documentários bastante interessante. Mesmo o jornal Le Monde⁶¹ disponibiliza uma secção dedicada a este estilo. Apesar destas páginas disponibilizarem *webdocs* aos espectadores, nenhum deles arrisca dar uma definição de *web documentário*. Nas palavras de Léa Baron (2010, p. 2), no seu artigo *“Tentative de définition du webdocumentaire”*, mesmo *“os profissionais não se arriscam, hoje, a dar uma definição precisa de “web documentário” ou, como é mais comum, “webdoc”*.

Olivier Crou, redactor para o site *Webdocu.fr*, aponta que *“o web documentário é uma nova oportunidade de apreender o mundo; o nosso, mas sobretudo, esse “espelho do mundo”, ou “mundo paralelo”, que é a Internet”* (Crou, 2010b, p. 2). O web documentarismo contribui para o chamado cinema digital, mas diferencia-se como *“prático, barato e aberto a experimentações”* (Gregolin, et al., 2002, p. 14). O termo *“web documentário”* costuma estar aplicado a um produto cultural estruturado de maneira específica de acordo com o que trata, ao invés de ser tratado como um produto em linha de produção (Bauer, 2010).

Devido ao seu suporte digital, o web documentarismo centra-se na tecnologia digital de concepção, captação e transmissão de dados, que lhe pode garantir uma maior qualidade tanto de desenvolvimento como de cópia e armazenamento (Gregolin, et al., 2002). De certa forma, em termos técnicos, um *web documentário* acaba por estar centrado num website, possuindo um nome de domínio, uma URL que utilize protocolo HTTP, cujos recursos estão albergados num ou mais servidores, permitindo navegar nas suas páginas Web geralmente com formato HTML (ainda que muitas utilizem interfaces Flash) (Crou, 2010b). Muitas vezes, a apresentação do site de um *webdoc* utiliza uma interface própria e uma apresentação visual exclusivos para ajudar à criação de uma identidade própria (Bauer, 2010).

⁵⁸ Página Oficial France 5, secção webdoc – <http://documentaires.france5.fr/taxonomy/term/0/webdocs>

⁵⁹ Página Oficial France 24, secção webdoc – <http://www.france24.com/fr/webdocumentaires>

⁶⁰ Página Oficial Webdocs Arte – <http://webdocs.arte.tv/>

⁶¹ Página Oficial Le Monde secção webdoc – <http://www.lemonde.fr/webdocumentaires/>

O *web documentário* diferencia-se do documentário tradicional também devido às tecnologias multimédia necessárias à sua produção (Gregolin, et al., 2002). Ele próprio é, aliás, algo multimédia por excelência, reunindo informações de diferentes formatos (vídeos, fotos, textos, sons, ilustrações e animações) sobre um tema específico (Bauer, 2010). Ao reunir, organizar, e criar uma forma que inclui os diferentes elementos que o constituem, o *webdoc* consegue “a proeza de ser fluido e de dar a ilusão de uma uniformidade” (Crou, 2010b, p. 5).

Como formato novo, não tem ainda fórmulas consolidadas. Aproveita, no entanto, algumas das fórmulas já estabelecidas pela Web e pelo documentário. Do documentário, o *webdoc* aproveita a linguagem documental, previamente criada para o cinema e para a televisão, adaptando-a para a web (Bauer, 2010). Tal como um documentário, possui um tema principal e temas subjacentes ou secundários; é utilizado ao serviço de um ou mais pontos de vista documentais, que são a afirmação de uma visão do mundo; oferece uma ou mais histórias sobre uma forma narrativa própria; e a sua forma, substância e capacidades propõem-nos uma representação do mundo para apreender a realidade (Crou, 2010b).

Da Web, o *web documentário* aproveita a capacidade de interacção e participação, porque uma característica importante do *webdoc* é a personalização da visualização, devido ao facto de possuir uma narrativa não linear (Bauer, 2010). “Por meio das escolhas que faz ao navegar, o internauta deixa de ser apenas um espectador e passa a definir o seu percurso pela obra, escolhendo o que ver, quando ver e em que ordem ver” (Bauer, 2010, p. 2). A inclusão das novas tecnologias multiplica as possibilidades de acesso, aprofundamento e fragmentação. Isto abre as portas à subversão da narrativa linear, que é a utilizada no modelo televisivo e de cinema (Miranda, 2009). Estas histórias baseiam-se geralmente no esquema clássico aristotélico, que se compõe de um início (ou exposição), meio (ou desenvolvimento), e fim (ou conclusão). As sequências que compõem a história são vistas na ordem decidida pelo autor (Crou, 2010b).



Figura 18 – Gráfico representativo de uma narrativa linear

Fonte: <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/03/05/qu%E2%80%99est-ce-que-le-webdocumentaire/>

No web documentário, a narração é concebida de forma a que o espectador navegue pela interface, de forma não linear. Cada utilizador tem a oportunidade de conceber de maneira única

o seu percurso. Ao navegar ao seu ritmo e desejo, sente uma individualização da informação. De acordo com Olivier Crou (2010b), esta individualização proporcionará ao internauta/espectador uma satisfação tanto maior quanto melhor um site/*webdoc* cumprir quatro critérios:

- *Utilidade* – ser útil para quem observa, fazendo com que encontre o que pretende (e se não encontrar exactamente o que procura, fica interessado pelo que descobriu);
- *Facilidade e Conforto de Utilização* – providenciar forma de o utilizador encontrar facilmente o que procura;
- *Confiança* – se as informações providenciadas forem dignas de confiança;
- *Qualidade de Serviço* – cumpre as suas promessas com fiabilidade e rapidez.

Na página *Webdocumentario.com.br*, Marcelo Bauer afirma até que “o web documentário está para a narrativa não ficcional assim como a Web 2.0 está para os portais tradicionais. Trata-se de uma nova forma de contar histórias, um novo jeito de interagir, um novo espaço para pensar a produção de informação on-line” (Bauer, 2010, p. 2). Léa Baron corrobora, declarando também que “a interactividade é a verdadeira característica do web documentário” (Baron, 2010, p. 2).

Mas esta interactividade, e as propriedades não lineares inerentes ao *webdoc* podem tornar-se num obstáculo à criação de interesse pela parte dos espectadores. É, por isso, importante que os criadores não ponham ao dispor do espectador demasiadas opções imediatamente disponíveis para escolher o seu caminho, para que se concentre no “olhar e ouvir” (Rosenthal & Corner, 2005).

Esta nova estética exige habilidades diferentes da parte do criador comparativamente à produção de, por exemplo, um documentário para o cinema. A interactividade, estrutura de navegação, multimédia e os restantes trabalhos produtivos de um *web documentário* fazem com que “um bom documentarista não seja, necessariamente, um bom web documentarista” (Gregolin, et al., 2002, p. 15).

De acordo com o conceito, “web documentário” designa um documentário que tenha sido produzido tendo em conta o futuro visionamento online. Ou seja, é criado pela Web e para a Web. Não seria possível fazer uso dele num ambiente que não o de rede, como lhe é proporcionado pelo da *World Wide Web* (Gregolin, et al., 2002).

Um exemplo de *web documentário* que é a personificação do conceito descrito neste capítulo encontra-se no documentário “*Prison Valley*”⁶². Este é um *webdoc* produzido pelo canal Arte.tv especificamente para o formato web, contendo uma narrativa não linear, permitindo ao espectador divagar e procurar informação durante o decorrer do filme, tendo ganho diversos galardões, entre os quais se contam um Prémio Inovação (Sheffield), melhor web documentário (RFI/France24) ou melhor programa *Crossmedia* (Film Festival Bellaria).



Figura 19 – O Web Documentário *Prison Valley*, produzido pelo canal Arte.TV, já recebeu diversos prémios pela sua forma de contar histórias.

⁶² Página Oficial de Prison Valley - <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>

2.2.4.1. Criação de web documentários

Ainda que não existam metodologias consolidadas para a produção de um webdoc, importa detalhar alguns dos cuidados a ter relativamente a cada uma das áreas que o compõem. Conforme mencionado anteriormente, um *web documentário* reúne algumas das características relativas ao documentário e algumas das características relativas à Web.

No que respeita à estruturação e às questões éticas relacionadas com a produção webdoc, as regras são fundamentalmente as mesmas que as de um documentário convencional, à excepção da narrativa, uma vez que não será linear.

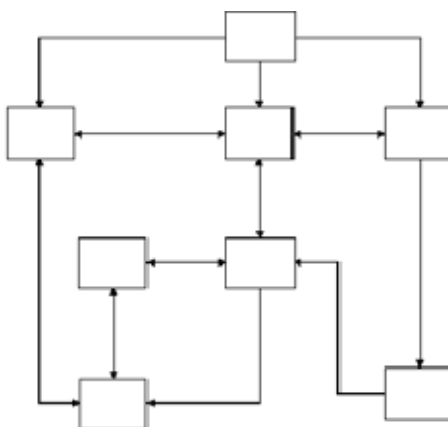


Figura 20 – Gráfico representativo de uma narrativa não linear

Fonte: <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/03/05/qu%E2%80%99est-ce-que-le-webdocumentaire/>

Olivier Crou (2010b) aponta que, sendo uma narrativa não linear, pode ser de três tipos diferentes:

- Arborescente – este tipo de narrativa é similar à dos jogos, com diferentes níveis;
- Indeterminista – existe um ponto de partida e um ponto de chegada, mas o percurso é deixado à escolha do espectador;
- Evolucionista – existe um ponto de partida definido, mas não existe um ponto de chegada, o mundo é criado à medida do percurso do utilizador.

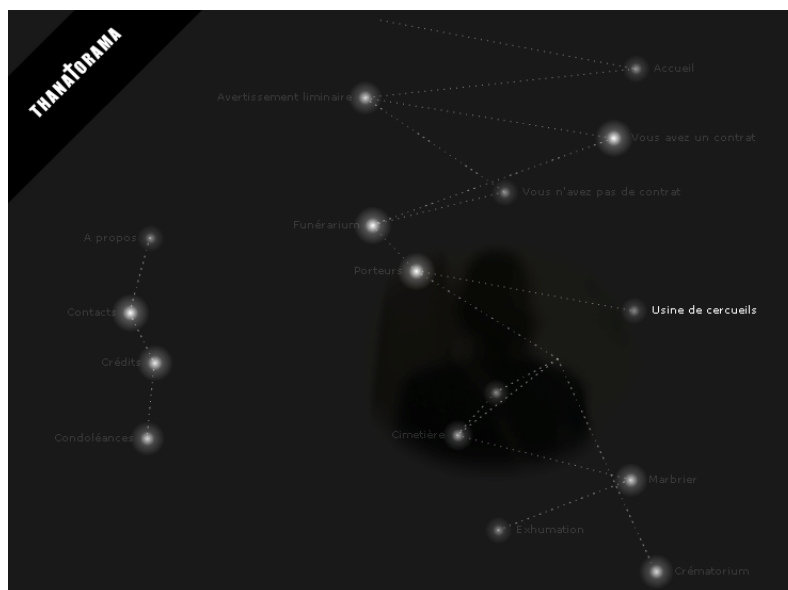


Figura 21 – Thanatorama⁶³, um web documentário francês que descreve o que acontece aos corpos humanos depois da morte, permite ao utilizador escolher o caminho que deseja percorrer.

Um *web documentário* tem, geralmente, um tema fechado e específico. Mesmo que este seja composto por episódios, costumam estar dedicados a um só tema (Bauer, 2010). Este tipo de narrativa exige alguma preparação adicional, de forma a permitir fraccionamento para o utilizador consultar conteúdos relacionados ao que assiste rapidamente e sem dificuldades (Miranda, 2009). Alguns *web documentários* permitem ao espectador que, além de interagir, seja “co-autor, não apenas agregando comentários, mas participando da própria produção de conteúdo” (Bauer, 2010). No caso de existir a necessidade de desenvolver uma plataforma específica para albergar o *web documentário*, é necessário planear o desenho de interface e configurar a arquitectura técnica que a providenciará com antecedência. Quando a utilização de animação e design gráfico possam enriquecer o conteúdo do *webdoc*, deve ser igualmente ponderada (Crou, 2010a).

Visto que o *web documentário* é exibido num ambiente web, é necessário ter cuidados na captura e edição de vídeo similares aos cuidados tidos aquando da criação de vídeos para a web. Kelsey e Feeley (2000), no seu artigo “*Shooting video for the web*”, já haviam elaborado uma lista de cuidados a ter ao preparar vídeo para a web. Os mais relevantes encontram-se mencionados, em seguida.

⁶³ <http://www.thanatorama.com/docu/?%20-%20accueil/#/accueil/>

Devido à compressão a que os vídeos são sujeitos para visualização web, deve minimizar-se a complexidade presente no vídeo, tanto a nível espacial como temporal. Ou seja, evitar incluir demasiados elementos simultaneamente, ou objectos muito detalhados. Estes aspectos podem ajudar a preservar a qualidade de imagem mesmo antes de esta ser comprimida. Minimizar o movimento dos sujeitos, bem como da câmara, pode ser outro aspecto importante – ainda assim, Kelsey e Feeley (2000) indicam que, quando simplificados em demasia, pode levar ao aborrecimento do espectador. Isto dependerá, igualmente, da qualidade da distribuição de vídeo na web – se a audiência possuir ligações de baixa velocidade, a qualidade de vídeo deteriorar-se-á mais nos locais em que estas regras não sejam utilizadas (com as maiores larguras de banda disponíveis actualmente, no entanto, o seu cumprimento já não é tão essencial).

Filmar na maior resolução possível é também aconselhado – mesmo se a plataforma a utilizar para disponibilizar o vídeo não forneça as melhores resoluções, existe a possibilidade que no futuro o faça (e com a divulgação dos formatos HD, actualmente isto é especialmente relevante).

Prestar especial atenção à iluminação, bem como aos cenários a utilizar (verificando-os antecipadamente, e planeando cada cena), é igualmente relevante. A captura de áudio exige especial atenção – um bom áudio pode ajudar a melhorar a experiência de visualização, pelo que Kelsey e Feeley (2000) aconselham a utilização de microfones especializados ao invés dos que vêm integrados nas câmaras.

Aos conselhos de Kelsey e Feeley podem juntar-se os que Teresa Oliveira (2010) reúne, no seu trabalho *“User Generated Content Audiovisual para Instituições de Ensino Superior”*. Além de referir a maioria das regras já mencionadas, Oliveira (2010, p. 142) menciona a necessidade de *“ter em conta o tamanho pequeno do ecrã, na composição e enquadramento dos planos, para garantir a legibilidade dos elementos”*, bem como esquematizar os planos de filmagem de forma que estes sejam mais próximos, para evitar a perda de detalhes e criar um maior envolvimento com o espectador. A utilização de um tripé deve providenciar mais estabilidade às filmagens, sendo aconselhada, bem como o ajuste manual de definições da câmara, especialmente o balanceamento de brancos (*white balance*), o foco e a exposição, pois podem providenciar uma melhor imagem quando configurados correctamente.

Apesar do trabalho de Oliveira (2010) se focar em Instituições de Ensino Superior, e em Conteúdo Audiovisual Gerado por Utilizador, o manual de boas práticas elaborado como conclusão desse

trabalho contém diversos conselhos que poderão ser aplicados à criação de web documentários, no decorrer das diferentes fases de produção. Além dos supracitados, relativos ao material e preparação para a web, a autora (Oliveira, 2010, pp. 137-152) refere a necessidade de *“pensar o vídeo com interactividade”*, sugerindo dividir o vídeo em blocos mais pequenos, permitindo ao utilizador escolher e visualizá-los aleatoriamente (de forma análoga ao que acontece na narrativa não linear dos *webdocs*); a *“utilização de testemunhos com diferentes estatutos”*, porque *“torna o vídeo mais credível”*, o que pode igualmente acontecer num web documentário; a criação de um *“guião de montagem”* para a ordenação, escolha, criação de ritmos, e escolha dos planos que serão incluídos; a escolha de uma *“sequência de planos harmoniosa e criativa”*, ao invés de meramente informativa, como acontece nas reportagens televisivas, para captar a atenção do espectador; a existência de uma *“poupança nas transições”* aquando da edição, porque *“não são os efeitos disponíveis no software de edição que vão ditar o sucesso do vídeo, mas sim a história que é contada”*; a simplificação aquando da utilização de *motion graphics*, podendo estes ser utilizados como forma de dinamizar e atrair o espectador; a *“utilização de áudio e sons modernos”* e dinâmicos, devido ao seu papel decisivo pelas suas *“características emocionais e imersivas”*; a *“integração de vários elementos multimédia em grande qualidade”*, porque esta permite aumentar o interesse do vídeo na web, em conjunto com a qualidade inerente à alta definição e o facto de esta ser uma tendência actual; ou a necessidade de *“exportar em formato adequado à plataforma a utilizar”*, devido às especificidades de formatos e qualidades de resolução disponibilizadas. Estes conselhos, devido ao seu papel na preparação do vídeo para a web, podem ser igualmente considerados boas práticas, e aplicados durante a criação de web documentários.

2.3. Motion Graphics

Tal como referido anteriormente, o documentário pode ser compreendido como um género em constante mudança e actualização. Pode recorrer a grafismos, animações, fotos, som, entre outros, uma vez que através destes é possível acrescentar valor informativo e expressividade à acção (Oliveira, 2010). Uma destas formas de apoio ao audiovisual poderá traduzir-se na inclusão de *“Motion Graphics”* nos documentários.

Segundo Delicado (2009), este é um termo que não reúne consenso na altura de o definir, tanto conceptualmente como temporalmente. No entanto, Woolman afirma que Motion Graphics Design *“é uma convergência de animação, ilustração, design gráfico, narrativa cinematográfica, escultura e arquitectura”* (Woolman, cit. in Delicado, 2009, p. 21). Estes elementos, segundo Las-Casas (2006, p. 2), ao serem sobrepostos e incorporados de maneira expressiva à imagem (*“interferências gráficas”*), desempenham o papel de verdadeiros actores. Num primeiro olhar, a definição parece simples, se procedermos à sua tradução - *“gráficos em movimento”*. Mas esta definição é demasiado simplista, podendo remeter a erros (por exemplo, considerar *“motion graphics”* uma placa de sinalização de restaurante em movimento rotativo). Aliás, nem sequer necessitam de se mover pois, a título de exemplo, uma tipografia que mude de cor gradualmente, mantendo uma posição estática, por exemplo, é um *motion graphic* (Delicado, 2009).

Os *motion graphics* apresentam-se, portanto, como um *“processo híbrido que intercepta os processos e linguagens das áreas de cinema, animação e design gráfico, herdando as convenções e regras das respectivas linguagens que representa”* (Oliveira, 2010, p. 30). Ao longo do tempo, têm sido utilizados em diversas produções, fortalecendo a linguagem gráfica como instrumento para a comunicação de uma narrativa cinematográfica, e apontando igualmente uma nova tendência estética (Oliveira, 2010). Pereira (2009) argumenta que, apesar desta convergência de disciplinas que os compõem, os *motion graphics* podem ser colocados num ramo específico do Design de Comunicação, entre outros como Design Gráfico, Web Design, Design Editorial, Tipografia, etc. Anteriormente, devido à partilha de conhecimentos e princípios basilares ao Design Gráfico, alguns autores colocavam-nos como um ramo dentro do Design Gráfico, afirmando que estes se baseariam numa *“relação de transposição dos princípios conceptuais do Design Gráfico para os motion graphics”* (Pereira, 2009, p. 31).

Actualmente, as potencialidades retóricas e plásticas dos *motion graphics* ganharam uma nova expressão, com um crescendo de utilização e sensibilização junto de estúdios de pós-produção de imagem e vídeo, bem como de estúdios de design ou mesmo dos próprios designers (Delicado, 2009). “*We are now in the midst of a new wave commonly referred to as motion graphics, or motion design*” (Woolman, cit. in Delicado, 2009, p. 28). A presença de *motion graphics* é hoje transversal a vários meios, nos quais se incluem a TV, cinema e web. Estão presentes em filmes, publicidade, vídeos institucionais, documentários, quiosques interactivos, CDs, DVDs, entre outros (Delicado, 2009). Isto revela uma necessidade de comunicar através da imagem, movimento e composição, de forma significativa, clara, e expressiva (Oliveira, 2010).

Delicado (2009) menciona algumas das principais utilizações dos motion graphics no meio televisivo e no meio cinematográfico. Na televisão, são empregues para *tv branding* (identidade visual dos canais televisivos), em *network packages* (sistemas de informação em vídeo contendo diversos elementos, como logótipos, bumpers, oráculos, mortises, geralmente com coerência gráfica entre si), nas aberturas de programas televisivos, como *show packages* (diversos elementos promotores do mesmo programa), em *interstitials* (mini-programas entre 30 e 60 segundos), oráculos (mesclas de texto e gráficos, servindo geralmente funções informativas), *mortises* (gráficos que enquadram vídeo), *bumpers* (apresentações breves entre programas e anúncios), spots publicitários, infografias, *lineups e upfronts* (grafismos que informam o alinhamento da programação), *tags* (apresentações extremamente curtas de reforço de uma marca), *art film* (experiências artísticas), *videoclips* musicais, entre outros. Ou seja, uma gama bastante ampla de utilizações, seja de forma independente, ou como complemento de outras obras.

Já no cinema, os seus empregos não são tão vastos. Enquanto inicialmente era habitual empregá-los apenas em sequências introdutórias ou nos créditos finais, para ajudar a contextualizar e envolver o espectador na atmosfera do filme, actualmente são utilizados mesmo durante a sua duração, para ajudar a transmitir ideias e conceitos (Delicado, 2009). Um exemplo bastante recente envolve o filme “*Scott Pilgrim Vs. The World*”(2010)⁶⁴, que utiliza *motion graphics* constantemente ao longo da sua duração, fazendo alusões a acções, sentimentos, estados de espírito, ou até comparações a situações existentes noutros meios (uma luta comparada a um jogo de arcade, por exemplo).

⁶⁴ *Scott Pilgrim Vs The World* no IMDB, em <http://www.imdb.com/title/tt0446029/>.



Figura 22 – Exemplos de Motion Graphics utilizados no filme “Scott Pilgrim Vs. The World” (2010)

Para que os *motion graphics* façam sentido, existe uma necessidade de personalização, de forma que as pessoas a quem se destina sejam capazes de se identificar com o produto criado. Por isso, eles podem servir como “*factor de dinamização e atractividade do vídeo, desde que utilizados com moderação e de uma forma que acrescente valor ao sentido da narrativa*”, ajudando assim a “*reforçar uma ideia*” com elementos gráficos (Oliveira, 2010, p. 149).

Para uma percepção mais detalhada sobre a temática dos motion graphics, foram consideradas como referências de leitura os trabalhos de João Delicado (“*Motion Graphics - O Design em Movimento Aplicado Ao Documentário*”, 2009), Daniela Rosário (“*A Dimensão Gráfica e Ilustrativa no Género Documentário*”, 2009) e Leonardo Pereira (“*Estratégias de Produção de Motion Graphics Para Mobile TV: O Contexto Português*”, 2009) já supra referidos e cuja realização foi também no âmbito do Mestrado em Comunicação Multimédia.

.03

I AM
ERASMUS
IMPLEMENTAÇÃO
PRÁTICA

Seguindo-se ao apresentado no enquadramento teórico, no capítulo 2, este capítulo pretende descrever o processo de desenvolvimento completo do *web documentário I Am Erasmus*, iniciando-se pela sua pré-produção, passando pela captura, edição e pós-produção, até à criação do render final do produto. Este *webdoc* foi realizado com base nas entrevistas realizadas a um grupo de estudantes *Erasmus* a estudar na Universidade de Aveiro durante o ano lectivo de 2009-2010, bem como a alunos que se voluntariaram a ser *Erasmus Buddies*⁶⁵, e ainda a funcionários do Gabinete de Relações Internacionais da Universidade de Aveiro⁶⁶. A sua intenção é descrever a experiência Erasmus na Universidade de Aveiro.

Este capítulo é, portanto, composto pela descrição da Pré-Produção, Captura, Edição, Pós-Produção e Render Final do *webdoc I Am Erasmus*.

3.1. Pré-Produção

Para iniciar o processo de implementação prática, foi necessária uma pesquisa inicial sobre o tema a tratar. Uma vez que o foco principal do projecto, a comunidade *Erasmus* na Universidade de Aveiro (UA), foi estabelecido desde o início que seria importante fazer uma pesquisa sobre o que é, de facto, o programa “*Erasmus*”, e quais os conceitos e tópicos associados.

Erasmus, de acordo com a página oficial da Comissão Europeia de Treino e Educação⁶⁷, é “o programa principal de educação e treino da União Europeia, que permite a mais de 200 000 estudantes estudar e trabalhar no estrangeiro todos os anos. Para além disso, cria cooperação entre as várias instituições de ensino superior europeias”. Algumas das vantagens e efeitos benéficos deste programa, descritos nesta mesma página, indicam um “enriquecimento académico e profissional”, “melhoramento na aprendizagem de línguas e habilidades interculturais”, “independência e auto-consciencialização”.

⁶⁵ *Erasmus Buddy* “é um aluno da UA que funciona como o contacto por excelência com os alunos internacionais que pretendem estudar na UA, mesmo antes de chegarem” – fonte: <http://www.ua.pt/gri/PagelImage.aspx?id=5597&ref=ID0EBCA/ID0EBBCA>, última consulta a 5 de Novembro de 2010

⁶⁶ Página Oficial do Gabinete de Relações Internacionais da Universidade de Aveiro - <http://www.ua.pt/gri/>

⁶⁷ http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/doc80_en.htm, consultado a 5 de Novembro de 2010

Apesar de a sigla *Erasmus* representar *European Region Action Scheme for the Mobility of University Students* (Esquema de acção para a mobilidade de estudantes universitários na região europeia), é homónima ao apelido do filósofo holandês do século XV Desiderius Erasmus, de Roterdão, que viajou e viveu em muitos locais pela Europa durante a sua vida, de forma a expandir o seu conhecimento e ganhar novos pontos de vista. De acordo com a página web *Erasmus Project*⁶⁸, o programa *Erasmus* foi uma forma de homenagear este filósofo, tendo o acrónimo sido criado mais tarde, uma vez que o filósofo foi o primeiro verdadeiro estudante em mobilidade.



Figura 23 – Desiderius Erasmus, filósofo holandês do século XV.

Além do programa *Erasmus*, existem na Universidade de Aveiro outras iniciativas de intercâmbio estudantil a decorrer simultaneamente, como o programa *Erasmus Mundus*, que oferece suporte financeiro a instituições e bolsas para indivíduos que estejam a frequentar o grau de Mestrado ou Doutoramento, bem como acordos independentes com outras Universidades, não apenas europeias, mas também a nível mundial. Existem também casos de estudantes internacionais que, sem estarem ao abrigo de nenhum programa em específico, se candidatam, de forma independente, a estudar na Universidade de Aveiro.

De acordo com dados fornecidos pelo Presidente do Gabinete de Relações Internacionais da Universidade de Aveiro (GRI), Niall Power, durante o ano em que o projecto *I Am Erasmus* decorreu, estavam a estudar na Universidade de Aveiro cerca de 870 estudantes internacionais, sendo 260 deles participantes do programa *Erasmus*, outros 60 correspondentes ao programa *Erasmus Mundus*, e os restantes tendo vindo através de outros programas de intercâmbio estudantil ou independentemente. Os países europeus predominantes no envio de estudantes

⁶⁸ <http://www.erasmusproject.com/>, consultado a 5 de Novembro de 2010

foram a Espanha e Itália, mas existiu igualmente um bom número de estudantes alemães e franceses, sendo os países nórdicos aqueles que, a nível europeu, tiveram menor número de representantes. No entanto, a UA teve ainda participantes de intercâmbio estudantil provenientes de países como a Tailândia, a Birmânia, a Nova Zelândia e até a Etiópia.

No entanto, de acordo com alguns destes estudantes internacionais, apesar de os alunos *Erasmus* serem uma minoria no panorama dos estudantes de intercâmbio na UA, esta designação é atribuída, tanto internamente como externamente, à globalidade dos alunos internacionais – uma vez que a palavra é pequena, e o seu conceito corresponde a estudantes externos, a maioria utiliza-a para se referir aos estudantes internacionais, sejam eles do programa Erasmus ou de qualquer outro programa. Inclusive, em actividades destinadas a alunos internacionais de todos os programas, como as festas *Erasmus* (que geralmente oferecem algum tipo de vantagem para estes estudantes), não é necessário pertencer a este programa em específico para usufruir destas, sendo a palavra *Erasmus* utilizada para definir o grupo de estudantes internacionais, por conveniência.

Conforme mencionado no capítulo 2.1.3., para um documentarista é importante acompanhar e estabelecer relações com os sujeitos do trabalho, de forma a obter acesso ao “*mundo*” em que eles se inserem. Para ganhar este acesso, é necessário criar uma relação de confiança (Bernard, 2007). No caso deste projecto, foi importante obter acesso ao “*mundo*” *Erasmus*. Para tal, existiu um acompanhamento das actividades destinadas a estes alunos, que se iniciou precisamente no dia em que estes tiveram uma apresentação oficial na Universidade pela primeira vez, no início de Outubro de 2009. Nessa apresentação oficial da Universidade, o Gabinete de Relações Internacionais providenciou um pequeno espaço temporal para a apresentação do projecto *I Am Erasmus* aos alunos, bem como locais para posicionar as câmaras e obter imagens, tanto da apresentação, como dos alunos que se encontravam a assistir. A sua visita à biblioteca da UA, também no mesmo dia, foi igualmente acompanhada. Desta forma, pretendia-se que os alunos internacionais ficassem familiarizados com o projecto (incentivando-os, igualmente, a participar dele), bem como a aquisição de algumas imagens para posterior utilização.



Figura 24 – Exemplo de imagens captadas durante o dia da primeira apresentação

Após os primeiros contactos efectuados durante esse dia, foi requerido ao GRI que facultasse uma lista de *e-mails* dos alunos internacionais que iriam estabelecer-se em Aveiro durante o corrente ano, para um contacto posterior. Simultaneamente, o vídeo e áudio capturado durante a apresentação da UA foi utilizado para criar um pequeno *clip* promocional, para ajudar à divulgação do projecto pelos estudantes. Um mini-questionário, destinado aos alunos internacionais, foi igualmente desenvolvido durante este período, visando compreender alguns dos aspectos que estes considerariam importantes mencionar neste projecto, bem como verificar algumas das plataformas online com que estes se encontravam familiarizados.

Mais tarde, aquando da recepção da lista solicitada ao GRI, os endereços electrónicos nela contidos foram utilizados para contactar os estudantes, estabelecendo uma linha de comunicação, importante para o projecto em curso. Nesses *e-mails*, além de uma breve explicação do projecto e de um apelo à participação no projecto, foram solicitadas respostas ao questionário, entretanto colocado na plataforma online *Google Docs*⁶⁹ (Anexo 1 – Mini-Questionário). O clip promocional foi igualmente utilizado para promover o projecto neste e-mail, com um *link* para ver o vídeo, disponibilizado através da plataforma *YouTube*⁷⁰.

Neste âmbito, a criação de uma conta de *YouTube* assumiu uma especial importância, uma vez que (como anteriormente mencionado no capítulo 2.2.2) esta plataforma é, sem dúvida, o maior local de partilha de vídeos online de forma gratuita. Similarmente, evidenciou-se a necessidade de estabelecer presença virtual, especialmente nos *sítios* sociais, como o *Facebook*⁷¹, rede social internacional utilizada por muitos dos alunos Erasmus. Existiu então a criação de um grupo, denominado “*I Am Erasmus Aveiro 09/10*”, para o qual foram convidados os alunos que já mantinham um perfil de Facebook associado ao e-mail de contacto fornecido. Mais tarde, outros alunos internacionais vieram ainda adicionar-se ao grupo, uma vez que este manteve-se aberto (em cerca de duas semanas, eram já 150 os participantes do grupo). Este grupo foi utilizado, mais uma vez, para pedir a colaboração dos alunos e divulgar o projecto, bem como pedir mais respostas ao questionário.

O questionário enviado aos alunos veio a provar-se valioso, apesar de ter tido uma percentagem pequena de respondentes (apenas 11 pessoas). No entanto, a maioria das pessoas que o

⁶⁹ Página Oficial Google Docs – <http://docs.google.com/>

⁷⁰ Link do clip de apresentação da UA - <http://www.youtube.com/watch?v=-z42gv-ufhQ>

⁷¹ Página Oficial do Facebook – <http://www.facebook.com/>

completaram fizeram-no fornecendo descrições bastante elaboradas nas perguntas de resposta aberta, explicando muitas das diferenças e temas que desejariam ver tratados no *webdoc*. A grande maioria (91%, 10 pessoas) afirmou, também, que gostaria de ver um documentário sobre a comunidade Erasmus de Aveiro. Quando confrontados sobre a sua disponibilidade para participar nesse documentário, no entanto, apenas 4 pessoas (36%) se revelaram dispostas a participar, número que desceu ainda mais quando inquiridos se estariam dispostos a contribuir com imagens e vídeos produzidos por eles próprios (apenas 3 pessoas (27%) afirmaram que sim).

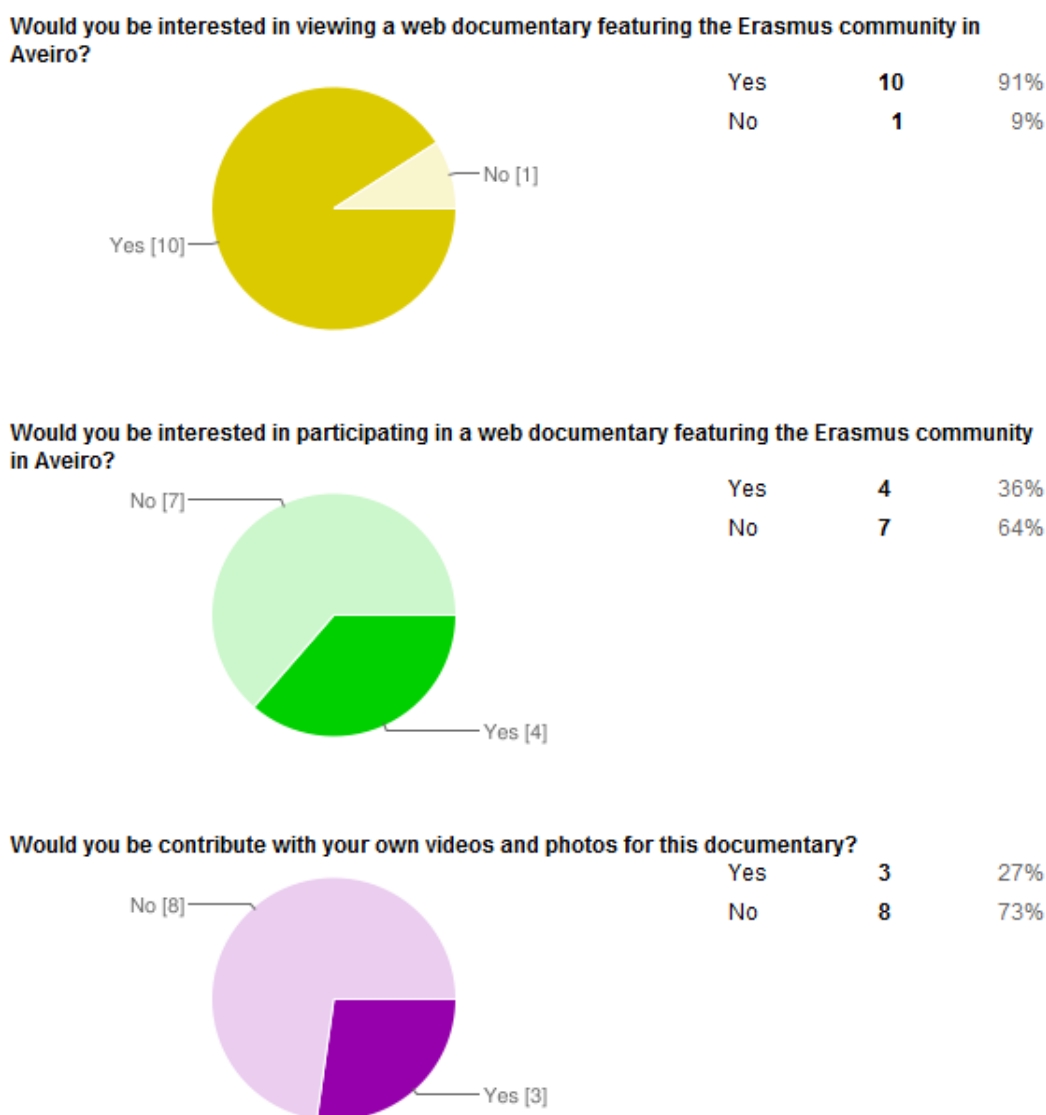


Figura 25 – Gráficos Google Docs, com a medição das respostas às perguntas do questionário.

Assim, foi possível verificar a existência de interesse na visualização do Web documentário. Já no respeitante à sua criação, comprovou-se a importância de estabelecer relações de confiança, bem

como a necessidade de encontrar sujeitos dispostos a participar. Noutro âmbito que se pretendia esclarecer, o das plataformas online conhecidas e utilizadas pelos alunos, foi possível confirmar que o *YouTube* é, de facto, a plataforma de vídeo mais popular (todos os respondentes afirmaram conhecer esta página), e todos os que já alguma vez tinham efectuado um *upload* de uma foto ou vídeo afirmaram tê-lo feito no *Youtube* (44%, 4 pessoas) e no *Facebook* (100%, 9 pessoas). É importante referir que, para efectuar um *upload* no *Facebook*, é necessário possuir um perfil. Além disso, através destas respostas, é fácil concluir que a maioria dos respondentes já havia tido algum contacto com o *Facebook*, corroborando a escolha deste como uma plataforma adequada para a divulgação e contactos relacionados ao projecto.

Durante o primeiro semestre, e durante cerca de dois terços do segundo semestre do ano escolar 2009/2010 (até à finalização das entrevistas, descritas no capítulo seguinte), diversos eventos relacionados com a comunidade de alunos internacionais foram acompanhados – desde festas Erasmus, a simples encontros nocturnos de alunos desta comunidade, até à emissão ao vivo, na Universidade de Aveiro, de um *talk show* (*“The Seca Show”*⁷²) sobre a mobilidade estudantil, realizado pela *Seca2.TV – Televisão Online da Universidade de Aveiro*⁷³. Apenas alguns destes eventos tiveram captura de imagens da parte deste projecto - a presença de uma câmara de filmar, em diversas situações, inibiu os sujeitos, pelo que a maior parte das imagens capturadas nesta altura prenderam-se com ocorrências em que muitos membros desta comunidade estivessem presentes, e de forma relativamente discreta, para tentar evitar inibições.



Figura 26 – Exemplos de imagens captadas em eventos relacionados com estudantes Erasmus.

Ainda assim, nalgumas ocasiões, tentaram-se efectuar entrevistas a sujeitos que estivessem dispostos a tal. Mas, uma vez que estas se realizaram em locais públicos (bares, por exemplo), onde existia um nível de ruído elevado e onde a iluminação se encontrava deficiente, muito

⁷² Mais informações sobre o programa *The Seca Show* em <http://uaonline.ua.pt/detail.asp?c=17025&lg=pt>, última consulta a 5 de Novembro de 2010.

⁷³ Canal Seca2.TV no Youtube em <http://www.youtube.com/user/seca2tv>.

poucas destas imagens foram utilizadas no *webdoc* final. Acabaram por se tornar em apenas mais uma forma de estabelecer presença, e criar relações com esta comunidade *Erasmus*.

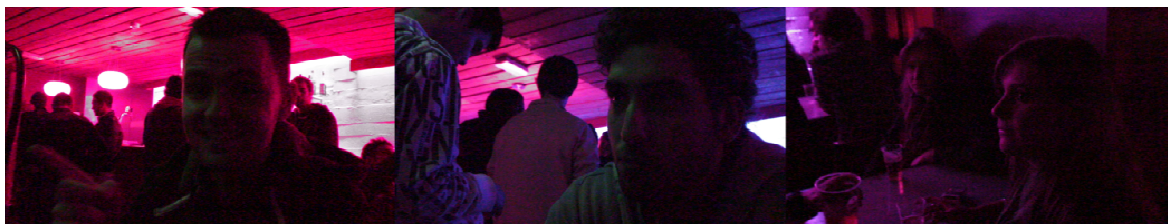


Figura 27 – Exemplos de entrevistas captadas em condições problemáticas.

Um evento que acabou por influenciar de forma muito positiva a captura de imagens para este *webdoc* foi a criação de uma filial da *Erasmus Student Network*⁷⁴ (ESN) em Aveiro⁷⁵. A ESN é uma das maiores associações de alunos na Europa, providenciando suporte e informação aos alunos que estejam a estudar fora do seu país⁷⁶. A secção de Aveiro surgiu durante o segundo semestre do ano lectivo 2009/2010, quando um grupo de estudantes decidiu criar uma candidatura oficial, que acabou por ser aprovada pela sede Europeia da ESN, em Bruxelas.

Uma vez que este *webdoc* se foca nos alunos de mobilidade a estudar na Universidade de Aveiro, e a ESN visa dar suporte a esses alunos, tornou-se importante entrar em contacto com os dinamizadores da iniciativa. Estes, quando o projecto lhes foi descrito, revelaram interesse e disponibilidade para ajudar na sua realização. Todos os membros fundadores da ESN Aveiro haviam sido *Erasmus Buddies*, tendo-se mantido integrados e em constante contacto com os alunos internacionais da UA.

Assim, aquando da apresentação oficial da ESN Aveiro, na qual os alunos de mobilidade foram convidados a participar, o projecto *I Am Erasmus* esteve presente. Ao apoiar a iniciativa, a ESN Aveiro deu ainda mais credibilidade ao projecto, e ajudou à motivação dos alunos. No final dessa reunião, alguns alunos *Erasmus* providenciaram gentilmente os seus contactos e mostraram-se dispostos a ser entrevistados para o *webdoc*. Alguns membros da ESN demonstraram a mesma disponibilidade para participar e, posteriormente, o *staff* do Gabinete de Relações Internacionais da Universidade de Aveiro manifestou também a sua abertura para colaboração.

⁷⁴ Página Oficial da ESN - <http://www.esn.org/>

⁷⁵ Página Oficial da ESN Aveiro - <http://www.esnaveiro.org/>

⁷⁶ Mais informações sobre a ESN/ESN Aveiro em <http://www.ua.pt/uaonline/detail.asp?lg=en&c=18294>, última consulta a 5 de Novembro de 2010

3.2. Captura

Esta secção pretende detalhar os cuidados tidos durante a obtenção de vídeo e áudio no decorrer da criação deste *webdoc*.

3.2.1. Entrevistas

Para que pudessem transmitir as suas opiniões, foi proposta aos alunos internacionais dispostos a participar no *webdoc* a marcação de um encontro. Esta reunião serviria para, através de um método de entrevista, capturar vídeo e áudio, correspondente às suas opiniões sobre uma diversidade de temas, todos relacionados com as experiências por eles adquiridas ao longo da sua estadia.

Um guião de entrevista, com o intuito de servir de guia na conversa com os estudantes, foi elaborado. No entanto, apesar de indicar diversas perguntas e tópicos aos quais seria desejável obter respostas e menções, este foi utilizado de forma livre, permitindo a cada interveniente uma abordagem mais descontraída. Uma vez que, apesar de se encontrarem na mesma situação, todos os sujeitos teriam passado por experiências diferentes, fornecer-lhes espaço para descrever as suas histórias seria importante (Anexo 2 – Guião Alunos Erasmus).

Além dos alunos internacionais, com os Erasmus Buddies que se dispuseram a ajudar foi igualmente marcado um encontro. A opinião destes foi considerada relevante para este *webdoc*, uma vez que se encontram no exterior do grupo Erasmus mas participam activamente nele, e conhecem bastantes dos seus integrantes, podendo assim providenciar um outro ponto de vista sobre estes, bem como relatar acontecimentos e experiências associadas a esta comunidade.

Também para os Erasmus Buddies foi elaborado um guião de entrevista, utilizado de forma livre nas reuniões com estes voluntários. Apesar da estrutura e alguns dos temas focados serem similares àqueles que se iriam inquirir aos alunos internacionais, existiram diferenças nas questões, uma vez que, como Bernard (2007, p. 188) afirma, “*raramente é produtivo perguntar a toda a gente que participa num filme as mesmas 20 questões*”. Ao invés disso, as perguntas relacionadas com experiências próprias foram reduzidas, e deu-se mais relevância às opiniões e

experiências tidas em conjunto com pessoas do grupo *Erasmus* (Anexo 3 – Guião Erasmus Buddies).

Para elaborar estes guiões, o questionário online mencionado anteriormente foi uma das referências principais. Neste, as questões de resposta aberta foram preenchidas extensivamente pela maioria dos inquiridos. Muitos tópicos foram abordados e considerados relevantes para utilização no *webdoc* e, conseqüentemente, utilizados para criar os guiões. Entre os temas principais a inquirir encontravam-se “*viagens*”, “*economia*”, “*comida*”, “*festas*”, “*cultura*”, “*linguagem e cultura portuguesa*”, “*estilo de vida*”, entre outros. Alguns dos inquiridos revelaram igualmente interesse em ver situações específicas abordadas, como “*a forma como os portugueses vêm os Erasmus*”, “*Erasmus não é só festa*”, “*o estilo relaxado dos portugueses comparado com o dos Erasmus*”, “*o ensino mais prático do que teórico*” (Anexo 4 – Respostas Mini-Questionário). Muitas destas questões foram então utilizadas para gerar os guiões, conjuntamente com outras desenvolvidas durante um *brainstorming* do projecto.

Uma vez completada a linha que viria a servir de orientação durante as conversas, bem como um cronograma aprovado pelos voluntários a inquirir, procederam-se às entrevistas (Anexo 5 – Grelha Entrevistas). Este cronograma, apesar de ter sido estipulado com antecedência, ainda viria a receber alterações devidas a contratempos de alguns dos sujeitos a interrogar. Apesar do planeamento prévio e de um contacto para lembrar a hora e data da entrevista a todos os sujeitos com um dia de antecedência e, inclusive, no próprio dia, existiram algumas situações em que a equipa se encontrava pronta para começar e em que o entrevistado não viria a aparecer; ou outras que exigiram uma remarcação.

Apesar destas inconveniências, existiram igualmente surpresas agradáveis, como a de voluntários que, não tendo combinado ser entrevistados, apareceram espontaneamente e disponibilizaram-se a ajudar.

Em todas as entrevistas, existiu sempre um período inicial em que foi descrito, brevemente, o projecto, para que os intervenientes pudessem perceber exactamente o que se pretendia com as entrevistas, e para que não se sentissem tão intimidados. Durante a sua duração, tentou-se igualmente permitir aos sujeitos que exprimissem as suas opiniões sobre as diferentes matérias, assegurando-os que a sua opinião seria respeitada, mesmo que não fosse coincidente com a dos restantes entrevistados. Foi-lhes, igualmente, instruído que tentassem responder as questões e

temas de forma completa, para que as suas afirmações pudessem ser utilizadas de forma independente da pergunta efectuada aquando da edição do documentário.

Outros cuidados mantidos durante a entrevista relacionaram-se com a existência de um certo “*tempo de espera*” entre o final de cada resposta e o início da pergunta seguinte, de forma a permitir aos inquiridos que acrescentassem algo à sua afirmação, caso desejassem, e para que existissem locais onde, sem retirar informação importante, fosse possível efectuar cortes durante a edição. Tentou-se, também, criar algum conforto e intimidade com os entrevistados, tendo existido algum cuidado no posicionamento do entrevistador e entrevistado – fazer com que ficassem longe o suficiente para que gestos inadvertidos do entrevistador não entrassem na composição visual, mas perto o suficiente para criar proximidade e alguma abstracção da situação de entrevista (Bernard, 2007).

Algum tempo mais tarde, dois elementos do Gabinete de Relações Internacionais foram igualmente entrevistados. Na qualidade de peritos, uma vez que lidam diariamente com dezenas de estudantes internacionais, forneceram um novo ponto de vista, um pouco mais formal, sobre os programas de intercâmbio estudantil internacional, complementando de forma importante as entrevistas já efectuadas aos estudantes *Erasmus* e aos *Buddies*. Um outro guião de entrevista foi efectuado para estes elementos (Anexo 6 – Guião Elementos GRI).

No total, foram entrevistados 6 estudantes internacionais a estudar em Aveiro, 5 *Erasmus Buddies*, e 2 elementos do Gabinete de Relações Internacionais.



Figura 28 – Estudantes internacionais entrevistados, da esquerda para a direita e de cima para baixo: Beatrice Starace, Dawid Świątkowski, Iga Turek, Marek Twardowski, Mariana Miyashiro e Tatiana Odziejewicz.



Figura 29 – Erasmus Buddies entrevistados, da esquerda para a direita e de cima para baixo: Daniel Varela, Eduardo Moreira, Karlos Ribeiro, Ricardo Moreira e Ricardo Rodrigues.



Figura 30 – Elementos do Gabinete de Relações internacionais entrevistados, da esquerda para a direita: Helena Barbosa e Niall Power.

3.2.2. Vídeo

Para a gravação do material audiovisual, foi utilizada uma câmara **SONY HVR-A1E**. Esta câmara de vídeo tem diversas características específicas que foram úteis durante a fase de captura deste projecto, como o adaptador áudio com duas entradas XLR, o adaptador de protecção solar, um anel de foco/zoom, gravação em cassette miniDV ou a captura em resolução de alta definição HDV, até um máximo de 1080i. Para além disso, possui uma miríade de definições personalizáveis através de software, úteis para controlar com precisão as características das imagens que se pretende obter.



Figura 31 – Câmara Sony HVR-A1E.

Além do material audiovisual capturado no decorrer das entrevistas, esta câmara foi utilizada para captar imagens ao longo de todo o projecto. Naturalmente, isto inclui todos os eventos relacionados com a comunidade *Erasmus* de Aveiro nos quais existiram filmagens. Antes e depois das entrevistas serem realizadas, foram efectuadas outras capturas de imagens que se pudessem vir a relacionar com os temas a tratar. Entre estas, incluem-se planos do campus universitário, locais de interesse da cidade de Aveiro e da praia mais próxima, a Praia da Barra.



Figura 32 – Exemplo de imagens capturadas em adição às entrevistas.

Durante todas as filmagens do projecto, existiu sempre um controlo manual das definições, especialmente a nível da exposição e balanço de brancos. Este cuidado especial acontece devido aos problemas de imagem que poderiam acontecer caso não fosse mantida a atenção correcta, como a perda de detalhe nas zonas brancas, no caso de um aumento excessivo da exposição, ou problemas de cor relacionados com um balanço de brancos efectuado de forma incorrecta.

Em nenhuma das filmagens, no entanto, existiu um controlo cuidadoso da iluminação – isto deveu-se, principalmente, à limitada mão-de-obra existente, e à falta de material de iluminação. No seu âmago, o documentário foi capturado apenas por uma pessoa, tendo este que efectuar os papéis de entrevistador, câmara, e por vezes, operador de som. Assim, tornava-se difícil coordenar mais uma função, correndo o risco de descurar outros detalhes mais importantes. A falta de material próprio para este efeito foi igualmente limitativa, sendo necessário recorrer a material do Departamento de Comunicação e Arte (DeCA) – este departamento tem apenas um kit de iluminação disponível, para utilização de todos os seus alunos, e este esteve inacessível durante a semana em que decorreram as entrevistas do projecto. Ainda assim, existiu algum cuidado na utilização de localizações com boa iluminação, tanto interiores como exteriores.

Durante as entrevistas, foi utilizado um tripé para a câmara, mantendo um plano determinado previamente ao início de cada entrevista. Contudo, o nível deste tripé estava danificado – o que levou a que os planos fossem nivelados a olho, pelo pequeno ecrã existente na câmara. Portanto, nalguns casos, houve um desalinhamento do enquadramento aquando das capturas. Existiu, no entanto, uma correcção posterior, durante as fases de edição e pós-produção.

Os locais de filmagem foram divididos entre interiores e exteriores. No interior, a maioria das entrevistas foram efectuadas numa sala existente no Departamento de Comunicação e Arte, utilizada para reuniões dos Labs SAPO.UA⁷⁷. Os responsáveis pela sala cederam-na gentilmente durante os períodos em que decorreram as entrevistas. Esta sala foi escolhida principalmente devido à existência de cadeiras almofadadas, para evitar desconforto para os inquiridos durante as sessões (que chegaram a demorar uma hora, no seu máximo). Para que o fundo não fosse o mesmo em todas as capturas, existiu uma rotação do local em que os entrevistados se iriam sentar. Estes foram colocados num de 3 lados, ao redor de uma mesa quadrada – o único lado não utilizado foi aquele em que uma janela estaria por detrás do participante, causando

⁷⁷ Página Oficial Labs.SAPO.UA - <http://labs.sapo.pt/ua/>

problemas de iluminação. Esta sala, ao possuir uma parede branca, uma parede verde, e um biombo com vidro opaco em cada direcção utilizada, acabou por variar o fundo suficientemente para as entrevistas de interior.

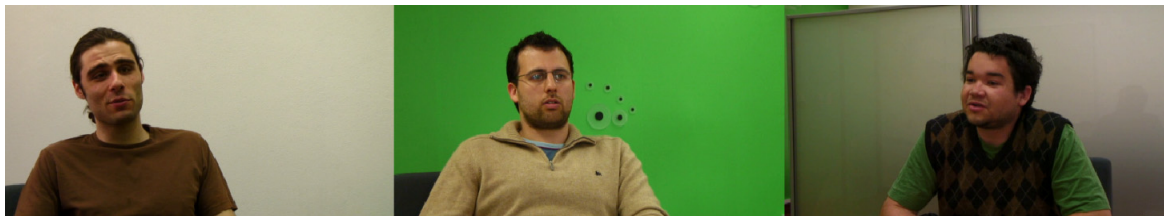


Figura 33 – Estas três entrevistas foram realizadas na mesma sala, no entanto cada uma tem um fundo esteticamente diferente.

As entrevistas de interior em que esta sala não foi utilizada foram as efectuadas ao staff do Gabinete de Relações Internacionais, e a uma das alunas internacionais. As primeiras realizaram-se dentro da Reitoria da Universidade de Aveiro, onde se encontram as instalações físicas do GRI. Foi escolhido um local onde existiam cadeiras confortáveis, e um nível sonoro com o mínimo possível de ruído, e que pudesse providenciar um enquadramento interessante, e ambas as entrevistas a membros do GRI foram efectuadas nesse local. Já no caso da aluna internacional *Iga Turek*, a entrevista foi efectuada no seu local de residência por pedido pessoal da participante, que o justificou com o facto de ter pouco tempo disponível, e sentir-se mais confortável respondendo às questões num ambiente mais familiar.



*Figura 34 – O local onde foram efectuadas as entrevistas aos membros do GRI e a residência da aluna *Iga Turek*, em pano de fundo nestas imagens.*

Já em relação às localizações no exterior, foram escolhidos locais onde fosse possível notar o ambiente universitário em pano de fundo, tendo no entanto algum cuidado para que isso não se tornasse demasiado distractivo para o espectador. Existiu um menor número de entrevistas realizadas no exterior devido aos problemas identificados durante a sua realização. Desde problemas a nível sonoro (identificados mais detalhadamente mais abaixo), interrupções da parte de conhecidos dos entrevistados, ou demasiado movimento da parte dos voluntários

entrevistados em pé, causando uma saída de plano, foram factores que fizeram com que o número de entrevistas conduzidas no exterior fosse menor.

O enquadramento de todas as entrevistas foi alvo de cuidado especial, por diversas razões, algumas das quais já apontadas acima, mas pelas seguintes em particular. Ao evitar centrar os sujeitos, colocando-os um pouco mais à direita ou à esquerda, permitiu-se a captura dos gestos por eles efectuados, adicionando dinâmica às imagens e preparando-as igualmente para a inserção de oráculos com a identificação de cada entrevistado no espaço “vazio”.

3.2.3. Som

Conforme mencionado anteriormente, a captura de som foi efectuada utilizando a máquina de filmar **SONY HVR-A1E**, com o suporte para duas entradas XLR.



Figura 35 – Câmara Sony HVR-A1E, com destaque para as duas entradas XLR existentes.

A uma destas entradas XLR foi conectado um cabo XLR, que por sua vez esteve ligado a um microfone *Sennheiser*. Uma perche áudio foi utilizada como suporte para o microfone, permitindo aumentar a distância a que o operador de som se colocava em relação ao sujeito a entrevistar. No caso das capturas no exterior, uma protecção de ruído, em pêlo, foi ainda adicionada ao microfone. Todo este material áudio é pertença do Departamento de Comunicação e Arte, tendo sido cedido durante o período em que decorreram as entrevistas.

Na maioria das entrevistas, a tarefa de operador de som foi realizada por um elemento externo ao projecto, que se voluntariou. Marília Moita, aluna do Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, encontrava-se a trabalhar em horário flexível durante alguns dias, tendo-se oferecido para prestar os serviços de operadora de som sempre que lhe fosse possível. Uma vez que, durante o decorrer do seu mestrado, já havia tido experiência a desempenhar funções similares, as suas capacidades revelaram-se úteis e adequadas. Quando a presença desta pessoa não foi possível, existiu a acumulação das funções de operador de som. Inevitavelmente, uma vez que uma única pessoa a desempenhar o trabalho de uma equipa envolve compromissos, acabaram por existir alguns problemas de som nas entrevistas em que isto aconteceu.

Estes problemas estiveram, principalmente, relacionados com o nível do áudio. Apesar de ter existido uma configuração manual, de modo a diminuir o volume para evitar *clipping*⁷⁸, este ainda aconteceu em determinadas palavras, especialmente quando os intervenientes falavam de matérias que lhe suscitasse emoções fortes. Ainda assim, mesmo nestes casos, a maioria do áudio capturado revelou estar em boas condições.

Outros problemas relacionados com a captura de som notaram-se especialmente nos ambientes exteriores. O nível de ruído provocado pelo vento, num dos casos, tornou-se especialmente incomodativo, mesmo tendo em conta a utilização da protecção de ruído fornecida. Uma vez que os locais no exterior possuíam algum ruído ambiente, existiram também casos em que este se tornou problemático. Novamente, à excepção de alguns segundos onde aconteceram ruídos mais fortes, o áudio capturado ficou com boa qualidade.

⁷⁸ *Clipping* refere-se a uma distorção no áudio que ocorre quando existe um pico nas ondas sonoras a um nível mais alto do que aquele que o microfone pode captar.

3.3. Edição

Após a captura das imagens, procedeu-se à edição em ambiente digital, com a utilização do software *Sony Vegas Pro 9.0*⁷⁹. A câmara foi conectada a um computador pessoal, e foram descarregadas todas as cassetes contendo material capturado durante a fase anterior, através de um cabo Firewire de 4 pinos. Através do *Sony Vegas Pro*, foram criados diversos clips, com nomes adequados às situações capturadas de forma a facilitar posteriormente a sua organização aquando do processo de edição).

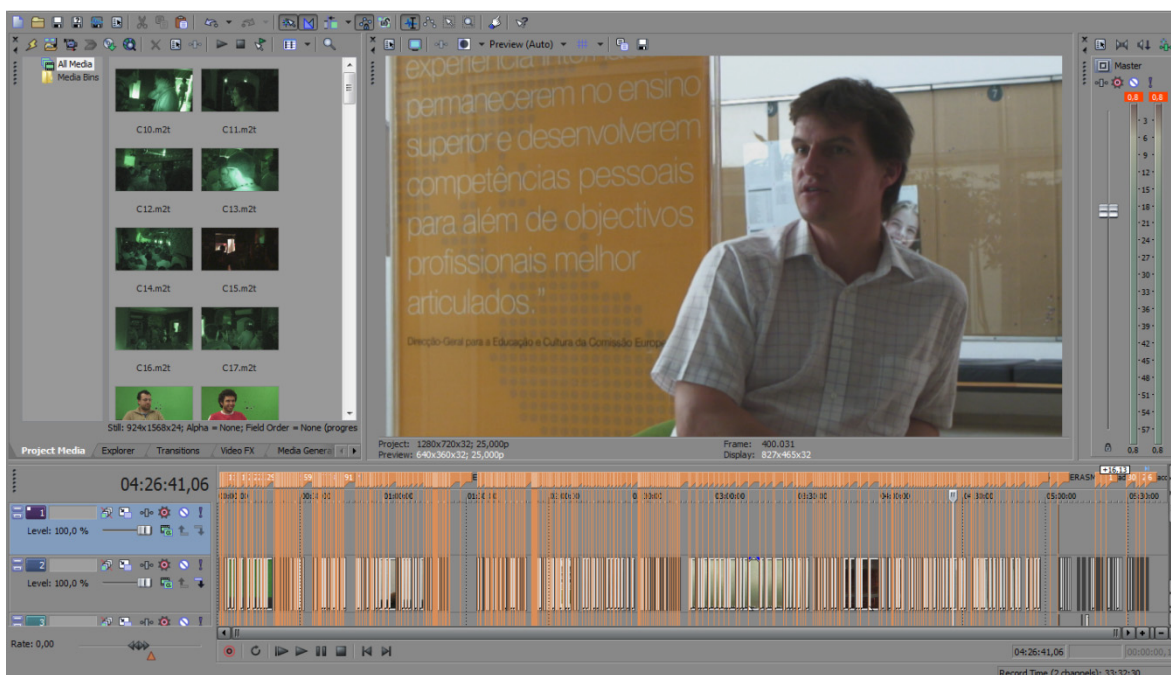


Figura 36 – Imagem do ambiente Sony Vegas. À esquerda, o explorador de ficheiros. À direita, a janela de pré-visualização. No fundo, a timeline de edição.

Este programa possui capacidades de edição de vídeo e áudio, incluindo vídeo em alta definição (HD). Assim, foi considerado adequado e utilizado durante esta fase.

3.3.1. Análise do Material Recolhido

Após a transferência dos vídeos para o computador pessoal, iniciou-se o processo de edição. Cada clip continha a entrevista completa, sem interrupções. Foi importante, para primeiro passo, editar

⁷⁹ Página oficial do programa Sony Vegas - <http://www.sonycreativesoftware.com/vegaspro>

estas entrevistas, eliminando as perguntas e separando as diferentes respostas. Foi analisada uma entrevista de cada vez, utilizando *markers*⁸⁰ para descrever o que cada separação continha. Todas as entrevistas foram, assim, classificadas, utilizando uma única *timeline*⁸¹.



Figura 37 – Exemplo de uma entrevista já dividida, com *markers* a identificar o conteúdo de cada clip.

Seguidamente, agruparam-se as perguntas similares entre as diversas entrevistas. Isto permitiu obter uma visão geral das respostas dadas a cada pergunta, e verificar quais as perguntas que obtiveram respostas mais longas e interessantes. Uma vez que as perguntas efectuadas foram diferentes entre as efectuadas aos estudantes Erasmus, Erasmus Buddies e GRI, estas foram agrupadas entre si, tendo apenas sido agregadas as perguntas que eram comuns.

Após estas categorizações iniciais, existiu uma necessidade de juntar os clips que continham menções a temas similares. Isto tornou-se de especial importância, devido à existência de certas perguntas cujas respostas levaram à menção de temas diferentes aos iniciais. Uma vez que o próprio guião de entrevista tinha apenas uma função de orientação, existiram também perguntas que não se encontravam planeadas, nalgumas situações. Estas foram igualmente classificadas e juntadas a temas correspondentes.

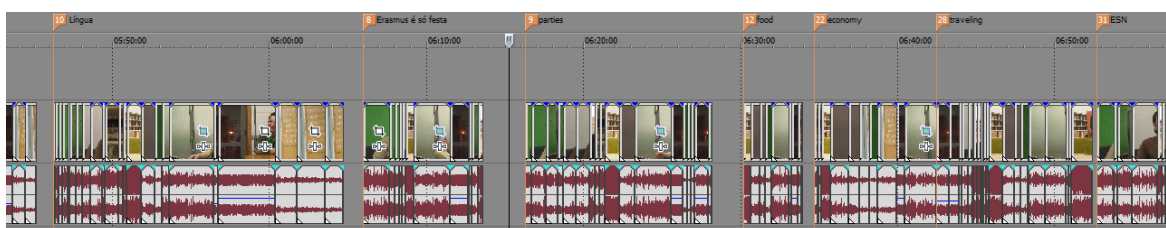


Figura 38 – Exemplo da divisão por temas. Cada *marker* inicia um tema específico.

Durante este processo de análise, tiveram de ser visualizados todos os clips, diversas vezes, para efectuar separações nas próprias respostas e dividir correctamente por temas. Foi igualmente

⁸⁰ Marker (em português, marcador) é uma ferramenta utilizada para classificar e marcar locais na timeline. É possível dar uma descrição a cada marcador no Sony Vegas Pro 9.

⁸¹ Timeline é um termo utilizado para denominar a região onde são editados os *clips*, e refere-se a uma linha temporal contínua.

nesta fase que existiu a decisão de, para obter uma narrativa não linear, separar o *webdoc* em diversos episódios, tratando cada episódio de um ou mais temas, aproveitando o facto de o guião ter sido preparado com uma divisão por tópicos.

3.3.2. Construção da Narrativa

Assim, uma vez decidido que a história iria ser contada por episódios, foi relevante definir quantos episódios, duração, e temas que iriam ser contidos em cada episódio.

Como este *webdoc* seria colocado numa plataforma web, cada episódio deveria ter uma curta duração. Utilizando o YouTube como referência, até Julho de 2010 este permitia, no máximo, uma duração de 10 minutos para cada um dos vídeos alojados, tendo depois dessa data passado a autorizar um limite de 15 minutos⁸². Tendo em conta este facto, foi tomada a decisão de tentar manter todos os episódios entre 7 e 10 minutos, para que pudessem conter a informação essencial sobre cada tema, tentando não aborrecer o espectador com uma duração demasiado prolongada. Seria necessário realizar testes para avaliar a receptividade do espectador para confirmar este facto, não sendo possível ter certezas dos níveis de atenção sem a sua realização. No entanto, considerou-se esta duração como aceitável para os episódios do web documentário.

A opção pela quantidade de episódios a criar esteve interligada com os temas a abordar, bem como com a duração de cada episódio. O material obtido durante as entrevistas, depois de classificado por tópicos, permitia diversas abordagens, uma vez que alguns destes tópicos poderiam ser interligados ou utilizados de forma independente (por exemplo, seria possível criar um episódio apenas sobre a *ESN*, ou inserir essa informação num outro episódio que falasse sobre apoio aos *Erasmus*). Além disso, alguns temas não continham material suficiente para criar um episódio com a duração de 7 a 10 minutos. Assumindo que os episódios tivessem a duração máxima de 10 minutos, 6 episódios corresponderiam a uma hora de filme. Assim, foi decidido manter a quantidade de tempo total, conjugando os episódios, por volta dessa duração. Ficou assim com 7 episódios, o que levou a que muitos dos tópicos, de menor relevância ou duração, acabassem por ser “absorvidos” por temas maiores. Uma lista foi efectuada, contendo os temas mais importantes, que incluíam “*Definição de Erasmus*”, “*Apoio aos Erasmus*”, “*A cidade de*

⁸² Anúncio Oficial no Blog YouTube, em <http://youtube-global.blogspot.com/2010/07/upload-limit-increases-to-15-minutes.html>, última consulta a 5 de Novembro de 2010

Aveiro”, “A Universidade de Aveiro”, “A língua e a cultura portuguesa”, “Os grupos e integração com estudantes portugueses”, “Festas”, “Comida”, “Viagens”, “Economia”, “A Experiência”, “Conselhos Futuros”. Estes temas, como é possível constatar, são em maior número do que o número de episódios disponibilizados no webdoc final.

Era importante, mais uma vez, consolidar alguns destes temas dentro de outros, para que o total de episódios estivesse de acordo com o número de episódios decidido. Após um novo visionamento e análise do material disponível, foi decidido manter os seguintes episódios, que traduziram os tópicos supramencionados:

“What is Erasmus? (O que é Erasmus?)” – Neste episódio, providencia-se uma explicação do programa Erasmus, desde a origem do seu nome até ao tipo de experiências que se obtêm, passando pelas competências e oportunidades que podem ser vivenciadas;

“The Erasmus Buddies (Os Erasmus Buddies)” – Já nesta parte do *webdoc*, explora-se um pouco mais da função dos Erasmus Buddies, bem como a relação que criam e as ajudas que fornecem a estes estudantes. É igualmente discutido o porquê de ser Buddy, as razões da existência da ESN e as suas tarefas.

“The City (A Cidade)” – Aqui, existe uma descrição das vantagens e desvantagens da cidade de Aveiro e as diferenças entre a cidade de Aveiro e as outras cidades de proveniência dos alunos Erasmus. São ainda referidas características especiais do povo aveirense e português, e comparadas com as de outros povos.

“The University (A Universidade)” – Durante este episódio, existe um relato das qualidades da Universidade de Aveiro, e o que a faz distinguir-se das outras universidades espalhadas pelo Mundo. Os métodos de ensino, as áreas de estudo, o campus universitário, as diferenças e problemas da aprendizagem numa língua estrangeira são algumas das temáticas abordadas.

“The Language (A Linguagem)” – Relacionado com a língua portuguesa, este capítulo do *webdoc* revela os problemas relacionados com a aprendizagem de uma nova língua, as formas de ultrapassar esta barreira, a interação entre os estudantes, as aulas fornecidas pela Universidade para ajudar à adaptação, e casos de sucesso e insucesso nesta aprendizagem.

“Parties, Trips, Money and Food (Festas, Viagens, Dinheiro e Comida)” – Nesta secção, quatro temas relacionados intimamente com a experiência Erasmus em Aveiro são focados. A quantidade e qualidade da vida nocturna em Aveiro, o ritmo e estilo de vida Erasmus, as viagens e experiências dos itinerantes, as diferenças económicas, e a qualidade e tipo de alimentação são mencionados nesta parte do *webdoc*.

“The Erasmus Experience (A Experiência Erasmus)” – Este episódio serve para efectuar um balanço da experiência Erasmus em Aveiro. O que correu bem, o que correu mal, factores a melhorar, problemas comuns, capacidades adquiridas no decorrer da estadia, melhores e piores experiências, e conselhos a futuros estudantes em mobilidade são alguns dos aspectos focados.

Portanto, no total, o webdoc ficou composto por 7 episódios. Cada episódio foi criado para ser visível de forma independente, mas tendo uma certa continuidade aos outros episódios. O primeiro e último episódio, especialmente, servem de introdução ao tema e conclusão da experiência, podendo ser vistos como o “início” e “fim” do web documentário. Já os episódios centrais podem ser considerados mais flexíveis na sua visualização, mas ainda assim contêm elementos aprofundados noutros episódios. Desta forma, existe uma sugestão ao espectador para visualizar os episódios na ordem apresentada acima, mas esta é completamente flexível e aberta às opções deste. Esta sugestão surge apenas através da inserção de um número no título de cada episódio, sendo permitido ao espectador navegar através dos episódios de forma livre.

É importante referir que, durante esta fase de edição e construção da narrativa, tiveram de existir opções criativas, como a não utilização de respostas demasiado similares ou que não acrescentassem relevância ao tema em questão, ou a utilização de afirmações que comunicassem diversos temas como uma ligação para diferentes tópicos, ou secções, dentro de cada episódio. Só desta forma foi possível manter os episódios interessantes, sem demasiadas repetições ou reafirmações constantes, e dentro dos limites de tempo estabelecidos previamente.

3.3.3. Edição de Vídeo e Som

Conforme referido anteriormente, o programa utilizado para editar tanto o vídeo como o áudio deste *webdoc* foi o *Sony Vegas Pro 9.0*. Este possui todo o tipo de ferramentas necessárias à edição.

Para este *webdoc*, foi adoptada uma edição simples, baseada principalmente em cortes e *dissolves*⁸³. Durante a divisão das perguntas e respostas, e classificação em temas, a opção *Split* para efectuar cortes em blocos de vídeo funcionou optimamente, permitindo separar secções com apenas um toque numa tecla (“S”). A execução de *dissolves* é igualmente facilitada pelo programa, bastando arrastar o indicador no início ou final de cada clip, ou sobrepor o início e fim de dois clips diferentes, para que seja efectuado um dissolve.

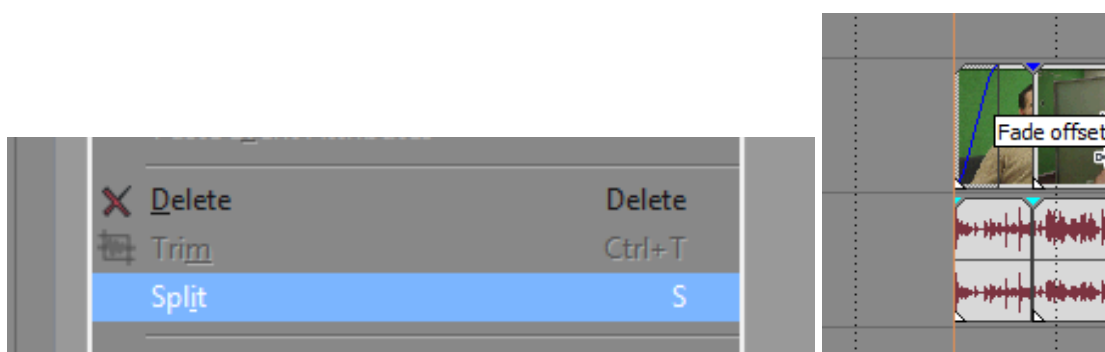


Figura 39 – A utilização da ferramenta *Split* e da ferramenta *Dissolve*.

Cada uma destas ferramentas foi utilizada para um propósito específico. O corte foi utilizado constantemente durante os episódios, estando presente sempre que existe a transição de um sujeito para outro. Os dissolves foram utilizados para as transições entre situações diferentes – por exemplo, aquando da transição do espaço de entrevista para filmagens de exterior – ou na transição entre secções (por exemplo, entre uma entrevista e os créditos do episódio).

Durante a edição, foram efectuadas correcções aos enquadramentos que não haviam ficado correctamente alinhados durante as filmagens, através da janela de *Event Pan/Crop*. Na maioria dos enquadramentos, uma pequena rotação foi utilizada para alinhar os elementos, seguida por um zoom, para evitar que a imagem final contivesse secções “pretas” (devidas ao facto da rotação

⁸³ Dissolve é um tipo de transição gradual entre dois clips, ou no início e final de um clip.

mostrar o fundo, pela resolução fixa do vídeo). Este zoom teria de ser mínimo, para que a degradação da qualidade de imagem não fosse demasiada.

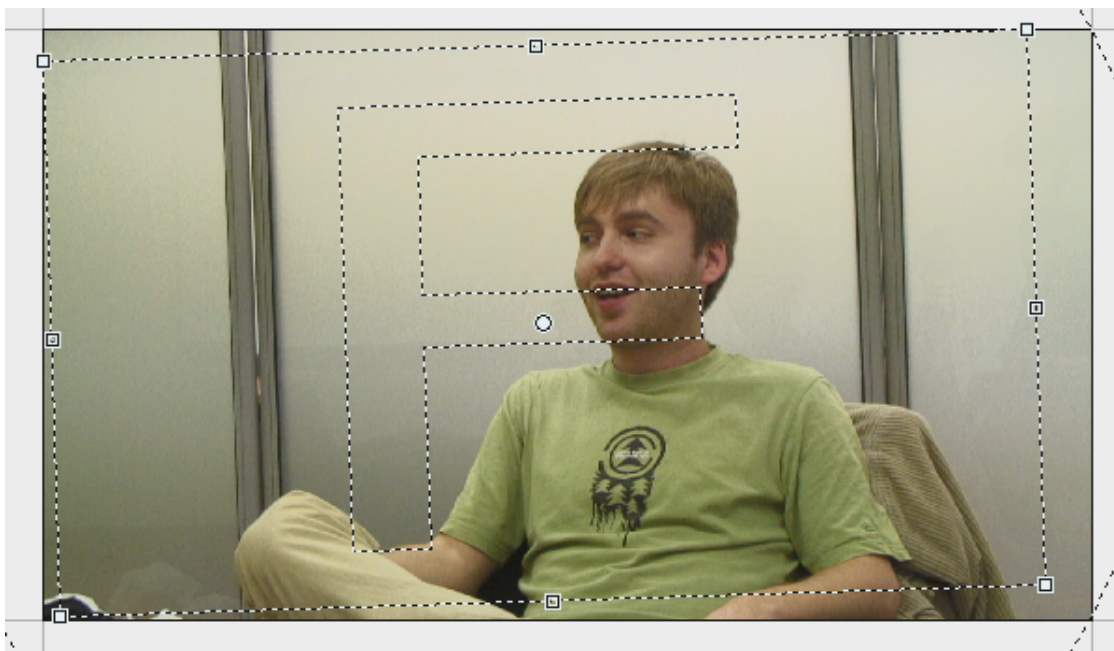


Figura 40 – Exemplo da correcção de um enquadramento.

Modificações foram igualmente efectuadas ao som capturado com algumas deficiências. As secções com problemas foram isoladas (através da ferramenta “*Split*”). Para tentar corrigi-las, foram utilizados alguns efeitos contidos no *Sony Vegas*, utilizados de acordo com o problema respectivo. No caso das secções em que existiu um *clipping*, este é impossível de corrigir completamente. Ainda assim, através da utilização do efeito áudio “*Smooth/Enhance*”, foi possível suavizar a quebra áudio proveniente do *clipping*. Nos casos em que o ruído ambiente estava um pouco alto demais em relação ao som da voz dos intervenientes, o efeito “*Vibrato*” permitiu diminuir e aumentar a intensidade do som nas frequências respectivas. Os níveis áudio foram ainda corrigidos, através da ferramenta “*Volume*” de forma a que todos os sons fossem perfeitamente audíveis, e tivessem a mesma intensidade sonora e volume.

3.4. Pós-Produção

Após a edição do conteúdo dos episódios, iniciou-se o seu processo de acabamento e finalização. Nesta secção serão descritos os últimos desenvolvimentos no processo, para que um produto final pudesse ser efectuado.

3.4.1. Correção de cores

A correcção de cores foi um dos métodos utilizados durante esta fase de pós-produção. Este processo envolve alterar, atenuar e acentuar as cores dos vídeos, para se obter um resultado diferente do original. Neste caso, a correcção de cores foi utilizada devido ao facto das imagens obtidas parecerem algo pálidas ou baças, necessitando de algum tratamento para que ficassem mais brilhantes e atraentes. Para este processo, foram igualmente utilizadas ferramentas presentes no *Sony Vegas Pro 9*.

Na maioria das entrevistas, pequenos ajustes de contraste e saturação (através do uso, respectivamente, das ferramentas “*Brightness/Contrast*” e “*Saturation Adjust*”) foram suficientes para que fosse visível de imediato uma diferença notável.

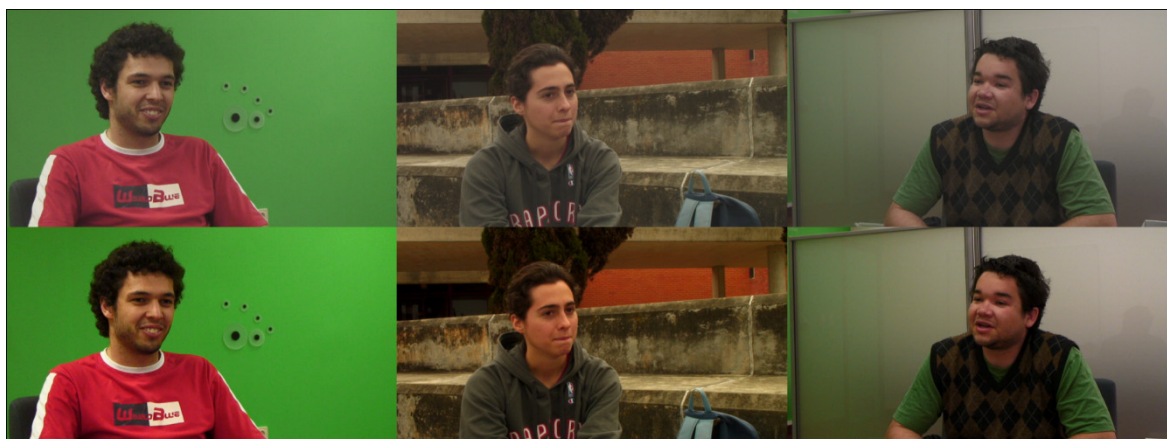


Figura 41 – Exemplos de correcção de cor. Em cima, antes dos ajustes. Em baixo, o resultado final.

No entanto, em alguns casos, este ajuste não foi suficiente. Na entrevista da estudante Tatiana Odjiewicz, por exemplo, além da imagem estar demasiado escura, alguns desequilíbrios de cor eram visíveis – a cor da sua pele tinha zonas demasiado vermelhas, e outras demasiado amareladas.

O processo teve, portanto, de ser diferente. A correcção deste caso exigiu uma utilização mais profunda das ferramentas disponíveis no programa, até se encontrar um compromisso final aceitável.

Neste caso, os efeitos utilizados passaram por *“Brightness/Contrast”*, *“Color Curves”*, *“Color Correction”*, e *“HSL Adjust”*. A utilização do primeiro focou-se em aumentar o contraste da imagem no global. Seguidamente, as curvas de cor foram alteradas de forma a realçar apenas as áreas mais claras da imagem, dando-lhes um pouco mais de luminosidade. O passo seguinte destinou-se a corrigir algumas cores, especialmente as áreas amareladas, pouco perceptíveis, mas que influenciaram as áreas alteradas pelo efeito seguinte, que alterou o tom avermelhado predominante na cena para um tom mais similar ao da pele humana.



Figura 42 – O processo de correcção de cor na entrevista à Tatiana.

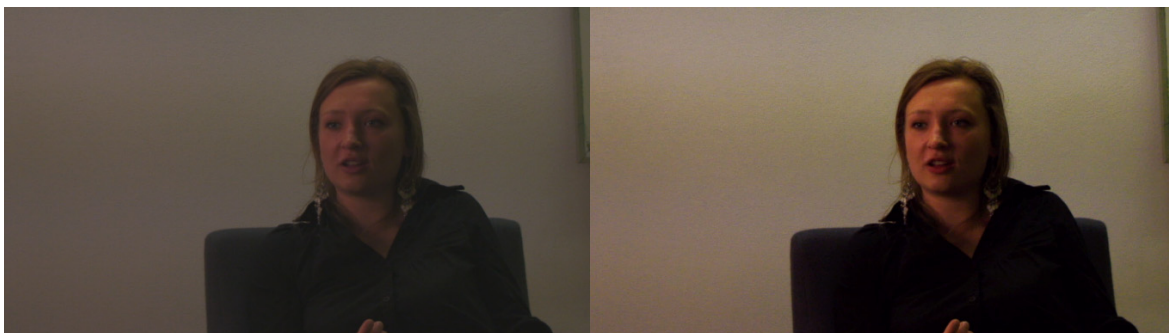


Figura 43 – Comparação entre a versão original, e a versão com correcção de cor.

3.4.2. Sonorização

Apesar dos níveis de som terem sido ajustados durante a fase de edição, e das correcções necessárias terem igualmente sido aplicadas durante essa fase, existiam ainda coisas a tratar no capítulo sonoro. A inclusão de música e efeitos sonoros, e os momentos em que estes foram aplicados foram decididos durante a fase de pós produção.

Uma vez que a maioria do tempo dos episódios é composta, em termos de som, por vozes, uma música de fundo poderia tornar-se incomodativa, podendo chegar a impedir uma correcta percepção das frases dos intervenientes. Devido a este facto, tomou-se a decisão de não incluir música durante o tempo de entrevistas, utilizando esse recurso apenas em outras situações, nomeadamente durante imagens de contextualização, como as existentes nos episódios *“The University”* e *“Parties, Trips, Money and Food”*. No episódio *“The City”* existe igualmente este tipo de imagens, mas estas são visualizadas enquanto acontecem falas dos intervenientes, pelo que se optou por não utilizar excertos musicais nesta ocasião.

As duas ocasiões sonorizadas são bastante distintas. Enquanto uma pretende introduzir o campus universitário de Aveiro, a outra pretende demonstrar um pouco do ambiente nocturno, através de imagens de uma festa Erasmus. Assim, o tipo de sonorização teve de ser adequado a cada ocasião. Para decidir o tipo de música a utilizar em cada uma das situações, foi elaborada uma lista de palavras-chave associadas às imagens a visualizar.

“The University” – moderno, calmo, jovem, interessante, dinâmico;

“Parties, trips, money and food” – festa, disco, multidão, movimentado, nocturno.

Existiu então uma pesquisa de músicas, ou partes de músicas, que se enquadrassem nestes conceitos mencionados. Após essa procura, as músicas seleccionadas para a secção do episódio *“The University”* e *“Parties, trips, Money and food”* foram, respectivamente, *“Tourist”*⁸⁴, dos *Athlete*⁸⁵; e *“Disco Science”*⁸⁶, de *Mirwais*⁸⁷. Estas músicas foram depois editadas para que a sua duração estivesse adequada aos períodos em que seriam utilizadas.

⁸⁴ Música *“Tourist”*, da banda Athlete, no Youtube – http://www.youtube.com/watch?v=o4NRN_7_2Dg

⁸⁵ Página da banda Athlete no Last.FM – <http://www.last.fm/music/Athlete>

⁸⁶ Música *“Disco Science”*, de Mirwais, no YouTube – <http://www.youtube.com/watch?v=RTKG4WijFIA>

No caso de “*Tourist*”, apenas a secção introdutória (com cerca de 15 segundos) foi utilizada. Uma vez que a secção de vídeo onde esta seria utilizada duraria cerca de 35 segundos, foi peremptório transformar a secção de 15 segundos para durar pelo menos este tempo. Isto foi conseguido através da criação de um *loop*, ou seja, colocando a mesma secção seguida várias vezes, e efectuando uma transição com o ritmo correcto. Foi ainda necessário diminuir o volume da música dramaticamente em algumas secções, devido à inserção de frases ditas pelos estudantes, de forma a que estas fossem perceptíveis.

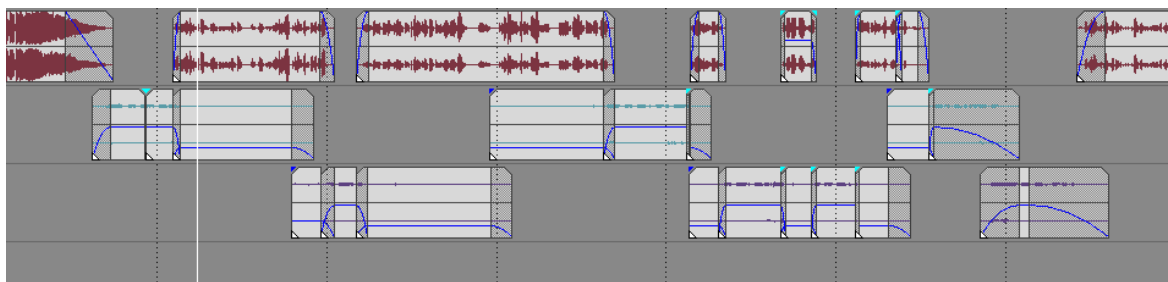


Figura 44 – A utilização e edição da faixa *Tourist*.

Já com “*Disco Science*”, não foi necessário utilizar este método, pois a secção musical escolhida adequava-se à duração e, para além disso, não continha voz. Ainda assim, foi necessário fazer um *fade in* e *fade out* no início e final da secção musical seleccionada.

Além das músicas já referidas, verificou-se que seria necessário encontrar outras, para algumas das secções que iriam incluir *Motion Graphics* (nomeadamente, o genérico, os títulos e os créditos de cada episódio). No caso dos títulos, além de uma secção de música de fundo, um efeito sonoro foi utilizado (ver secção 3.4.4.2). A música seleccionada foi “*Broken Beat*”, devido ao seu estilo moderno e dinâmico, mas não demasiado intenso. Já o efeito sonoro, utilizado para simular a passagem de um avião, é denominado de “*Rumble Swish*”. Ambos estes ficheiros encontram-se dentro do pacote *Designer Sound FX*⁸⁸, criado e distribuído pela página *Web VideoCopilot.net*⁸⁹. Para os créditos, a música escolhida foi a mesma utilizada durante os títulos. Sendo o estilo pretendido durante a secção final moderno e dinâmico (similar ao dos títulos), e uma vez que assumiria uma curta duração na sua utilização inicial, optou-se por uma reutilização, mas desta vez durante um período maior, com cerca de 20 segundos.

⁸⁷ Página do artista Mirwais no Last.FM – <http://www.last.fm/music/Mirwais>

⁸⁸ Página Oficial Designer Sound FX – <http://www.videocopilot.net/products/dsfx/>

⁸⁹ Página Oficial VideoCopilot – <http://www.videocopilot.net/>

Já no caso da música para o genérico, a escolha revelou-se mais complexa. Uma vez que este genérico seria o mesmo para todos os episódios, e contribuiria para o primeiro impacto do espectador ao visualizar o *webdoc*, era necessário que a música tivesse um ritmo forte, que conseguisse traduzir experiências dinâmicas. Além disso, uma vez que serviria de base para a criação visual do genérico, deveria conter alguns pontos-chave, para que se pudessem coincidir com estes eventos visuais. Assim, diversas músicas foram testadas, e editadas para uma duração de cerca de 20-25 segundos (o tempo máximo que o genérico deveria durar).

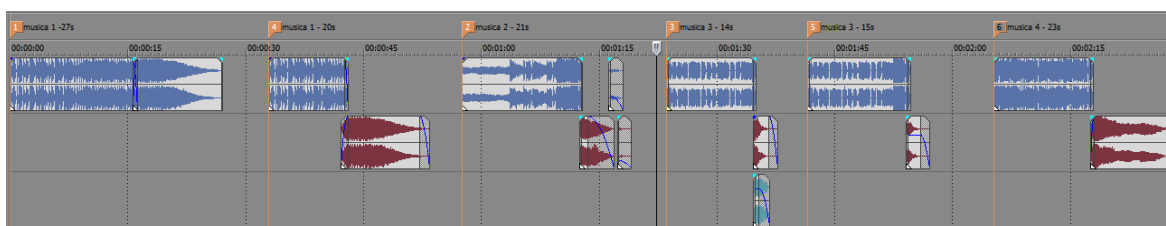


Figura 45 – As músicas editadas para o genérico.

Entre as músicas editadas encontravam-se “*Won’t Be Long – The Hives*”⁹⁰ (editada duas vezes, para uma duração de 27 e 20 segundos); “*Hey Little World – The Hives*”⁹¹ (21 segundos); “*Am I Wry No - Mew*”⁹² (modificada duas vezes, com finais diferentes, 14 e 15 segundos); e “*Square One Here I Come – The Hives*”⁹³ (24 segundos). A banda *The Hives*, como é possível verificar, criou diversos temas que se enquadravam no espírito deste projecto.

A música escolhida foi então “*Square One Here I Come*”. Ao durar 24 segundos, o excerto encontrava-se um pouco longo demais, mas uma vez que terminava com um *fade* de uma nota prolongada de guitarra eléctrica, seria possível reduzir esta duração em mais alguns segundos, caso necessário. Esta música possui, também, 10 pontos-chave, na forma de notas de guitarra mais destacadas na melodia, que serviriam de referência para a marcação da cadência do ritmo da animação criada para a ilustração gráfica do genérico.

⁹⁰ Videoclip “*Won’t Be Long*”, da banda The Hives – <http://www.youtube.com/watch?v=xPVpggwvbFQ>

⁹¹ Música “*Hey Little World*”, da banda The Hives – <http://www.youtube.com/watch?v=7usrrfh0HLS>

⁹² Música “*Am I Wry No*”, da banda Mew – <http://www.youtube.com/watch?v=bqY4f45SKqY>

⁹³ Música “*Square One Here I Come*”, The Hives – <http://www.youtube.com/watch?v=ybOPJkUWWtQ>

3.4.3. Logótipo

Nesta fase, existiu também a necessidade de criar um logótipo que, além de representar o projecto, pudesse ser utilizado durante a sua divulgação, ou mesmo durante o genérico, presente em todos os episódios deste *webdoc*.

Desta forma, diversas ideias foram discutidas e testadas. Primeiramente, foi necessário definir o que o logótipo deveria apresentar, em forma textual. O nome do projecto, especialmente a palavra Erasmus, assumia uma especial importância, para apelar às pessoas dessa comunidade, ou que pretendessem fazer parte dela, além de mencionar e demonstrar uma relação com o sujeito a ser tratado no projecto. Surgiu assim uma primeira proposta, algo minimalista, baseada apenas em texto.



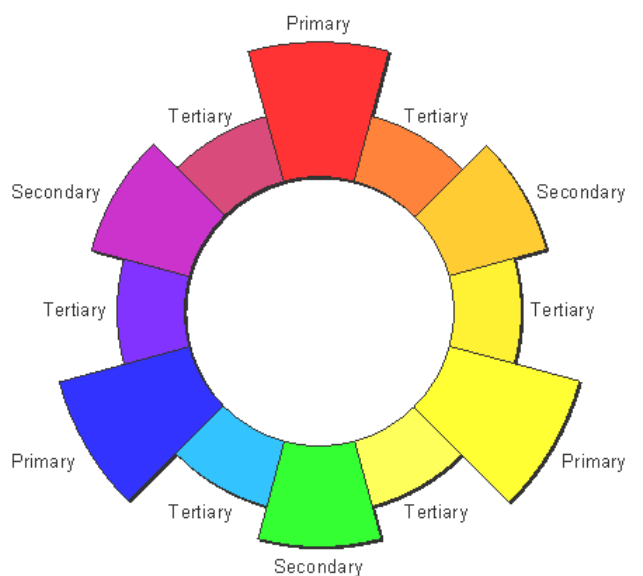
Figura 46 – A primeira experiência para o logótipo do projecto.

O tipo de letra definido nesta proposta inicial é, tal como o utilizado para os textos curtos presentes nos episódios, um estilo sem serifa. Tipos de letra com esta característica são muito utilizados na Web, e especialmente em textos curtos, como títulos, uma vez que permitem uma maior força expressiva, ao invés das fontes serifadas, utilizadas mais comumente em media impressos e em blocos de texto, por permitirem uma maior legibilidade (Miranda, 2009). A fonte aqui apresentada foi *Helvetica Neue 67 Medium*, que acabou por se denotar pela fragilidade e pouca relevância que dá ao texto. O passo seguinte foi tentar corrigir esses problemas, através de outra experiência efectuada utilizando a mesma fonte, mas com uma dimensão diferente (*Helvetica Neue 53 Extended*).

I AM ERASMUS

Figura 47 – A segunda experiência de logótipo para o projecto.

Aqui é possível detectar um reforço de forma, corrigindo a fragilidade da versão anterior. Ainda assim, existiam outros problemas, como a cor, demasiado pálida e causadora de alguma indiferença. Através de alguma experimentação com cores complementares, foi escolhido um esquema de cores complementares, destinado a ser utilizado no logótipo, em que uma cor estaria nas palavras “I Am”, e outra na palavra “Erasmus”. Este tipo de esquema cromático, composto por cores opostas na roda tonal, é caracterizado pelo contraste entre ambos os tons utilizados.



Primary, Secondary, and Tertiary colors based on Red, Yellow, and Blue (RYB) as the Primary Triad on a standard “Color Wheel”

Figura 48 – A roda das cores. Fonte: Delicado (2009), p.63.

Neste caso, optou-se por um esquema complementar Laranja/Azul, muito comum nos dias de hoje⁹⁴. O Laranja, sendo uma cor quente, não é tão agressiva como o vermelho, mas representa vivacidade, energia, amizade, e é associado a movimento e mudança – características comuns a um estudante de mobilidade (Chapman, 2010). Assim, esta cor foi associada à palavra “Erasmus”.

⁹⁴ Alguns exemplos da utilização deste esquema cromático em cartazes de filmes podem ser vistos nesta página web – <http://www.slashfilm.com/orangeblue-contrast-in-movie-posters/>

O Azul, por sua vez, é uma cor fria, contraparte do laranja, sendo por vezes conotada a paz e espiritualidade, e geralmente utilizada para representar tranquilidade e responsabilidade (que, igualmente, são factores importantes para o estilo de vida em mobilidade). Esta cor foi, então, associada às palavras “I Am”. Foi ainda adicionado um efeito 3D às letras, como forma de aumentar a sua profundidade e dimensionalidade, sem complexificar demasiado a forma base da tipografia.



Figura 49 – Versão final do logótipo.

Foram ainda criadas algumas imagens alusivas ao tema, tentando representar conceitos como “movimento”, “viagem”, “festa”, “ensino”; no entanto, foi determinado que estas imagens aumentariam demasiado a carga visual do logótipo, retirando o foco nas palavras e excedendo em detalhe, pelo que foram preteridas, em prol da simplicidade e imediatez da tipografia.



Figura 50 – Ideia abandonada, de aterragem de pára-quedas dos alunos.



Figura 51 – Ideia abandonada, de adicionar elementos menores ao logótipo.

3.4.4. Motion Graphics

Nesta secção explicitar-se-ão os métodos utilizados para conceber e desenvolver os *Motion Graphics* presentes nas secções do genérico, títulos, oráculos, e créditos dos episódios. Para a criação destes, utilizou-se o software *Adobe After Effects CS4*⁹⁵, um software especializado que possui as ferramentas necessárias para trabalhar efeitos visuais e Motion Graphics.

3.4.4.1. Genérico

O genérico, que é no fundo a introdução de todos os episódios que compõem este *webdoc*, tinha a responsabilidade de demonstrar uma relação com os temas tratados, caracterizando igualmente a comunidade composta pelos sujeitos entrevistados. Assim, um dos primeiros passos foi tentar encontrar ideias passíveis de demonstrar estes factores. Diversas palavras foram enunciadas, num exercício de *brainstorming*, para tentar desenvolver ideias que fossem transmissíveis visualmente.

A lista seguinte contém algumas dessas palavras:

- *Traveling*
- *Study*
- *Classes*
- *Party*
- *Experiences*
- *Food*
- *Money*
- *University*
- *City*
- *Aveiro*
- *Erasmus*
- *Adventure*
- *New*
- *Culture*
- *People*
- *World*

Com base nestes conceitos, diversas ideias foram pensadas e ponderadas antes de se chegar à decisão de proceder à criação do genérico com base numa delas. Entre estas, encontravam-se a criação de modelos 3d, conjugados com gráficos 2d, para descrever uma “viagem” e “chegada”, utilizando como “história” uma ida de avião e salto de pára-quedas; ou uma panorâmica baseada

⁹⁵ Página Oficial Adobe After Effects – <http://www.adobe.com/products/aftereffects/whatisaftereffects/>

em gráficos 2d em espaço 3d, utilizando imagens da cidade de Aveiro como referência e pano de fundo, surgindo gráficos representativos às actividades dos estudantes na cidade e universidade. No entanto, a maioria destas ideias foram consideradas demasiado complexas visualmente, e pouco passíveis de execução dada a quantidade de tempo que iriam demorar a ser executadas, e a sua exposição no conteúdo final, tendo sido por isso abandonadas.

Assim, a ideia escolhida teria de ser relativamente simples, mas dinâmica e apelativa o suficiente para cumprir com as intenções iniciais deste genérico. A forma encontrada para o fazer baseava-se não em representações visuais de elementos reais, mas num exercício baseado na tipografia e na expressão das palavras para caracterizar o documentário. Assim, e conjugando este formato com a música seleccionada, mencionada anteriormente, que continha 10 pontos-chave, uma nova ideia surgiu, utilizando as iniciais do título “*I Am Erasmus*” (IAE), como base para o exercício tipográfico a realizar. As letras maiúsculas IAE não contêm nenhum tipo de curva, sendo baseadas em linhas. No total, são 8 linhas, uma delas na letra I, três na letra A, e quatro na letra E. Se cada uma destas linhas fosse substituída por uma palavra, e introduzida num ponto-chave da música, seriam utilizados 8 pontos-chave, restando 2 pontos-chave para a apresentação do título.

As palavras escolhidas para este efeito foram então “Experiences” (compondo a letra I, sendo a primeira palavra a surgir e acabando por englobar os conceitos existentes nas palavras seguintes); “Traveling”, “Classes”, “Cultures” (compondo a letra A, fazendo menção às experiências de viagem, aprendizagem e adaptação a diferentes locais e culturas); “Adventure”, “People”, “Party” e “Money” (criando a letra E, e representando as aventuras e diversões existentes durante o programa).

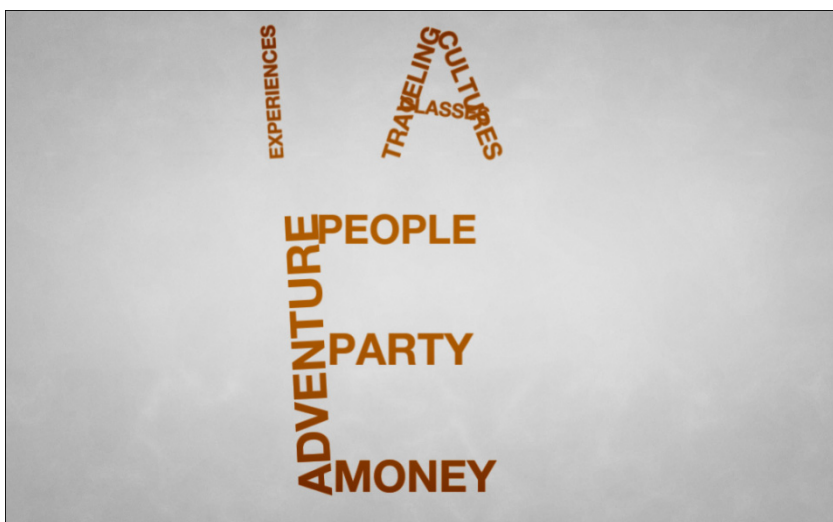


Figura 52 – IAE composto de palavras.

Mas apenas o aparecimento destas letras no ecrã, nas suas respectivas posições, não era suficiente dinâmico nem interessante para o espectador. Portanto, foi decidido focar cada palavra individualmente, viajando por um ambiente 3d, utilizando os primeiros 8 pontos da música, sendo o ponto 9 uma apresentação rápida das letras IAE compostas pelas palavras, e servindo o último ponto-chave para uma apresentação do título do projecto, após uma transição. Tendo isto em conta, foi efectuada uma primeira experiência de animação no ambiente After Effects.

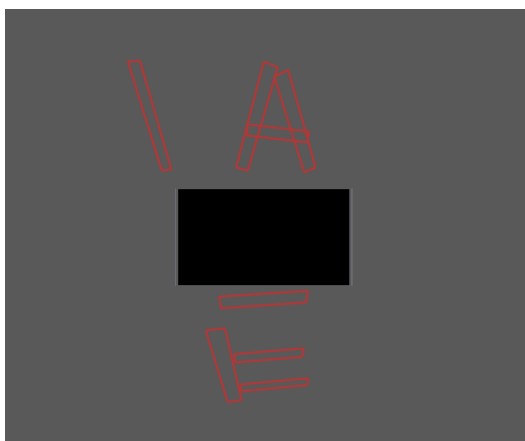


Figura 53 – A inserção do IAE em ambiente 3d.

As primeiras observações a fazer prenderam-se com o fundo e as cores das palavras. Um fundo completamente branco retiraria um pouco da profundidade e contraste passíveis de obtenção, pelo que se optou pela criação de um fundo mais dinâmico. Já em relação às cores utilizadas nas palavras, foi experimentada uma utilização das cores do logótipo original, mas chegou-se à conclusão de que o azul utilizado não funcionaria, por ser claro demais, o que faria com que as letras perdessem definição aquando do movimento no espaço 3d. O mesmo aconteceria com o laranja, apesar de este ser um pouco mais escuro. Foi então decidido utilizar o laranja como base, mas escurecendo-o um pouco, através de uma *Adjustment Layer*, para que fosse mais legível e fácil de visualizar.

Para construir o fundo, partiu-se de um sólido branco. Adicionaram-se depois outras camadas para lhe conceder alguma profundidade e dinamismo. Um clip de vídeo retirado do pack *VideoCopilot AE Video Streams*⁹⁶, assemelhando-se a formas abstractas em movimento, foi utilizado como base, tendo sido depois dessaturado para um cinzento, e a sua opacidade reduzida

⁹⁶ Página Oficial Video Copilot Video Streams - <http://www.videocopilot.net/products/videostreams/>

para 10%. Desta forma, era ainda possível ter a percepção de algum movimento de fundo, mas sem distrair o espectador, ao chamar demasiado à atenção. Além disso, foi utilizada uma textura de papel, igualmente com uma opacidade reduzida, para adicionar mais alguns elementos ao fundo.

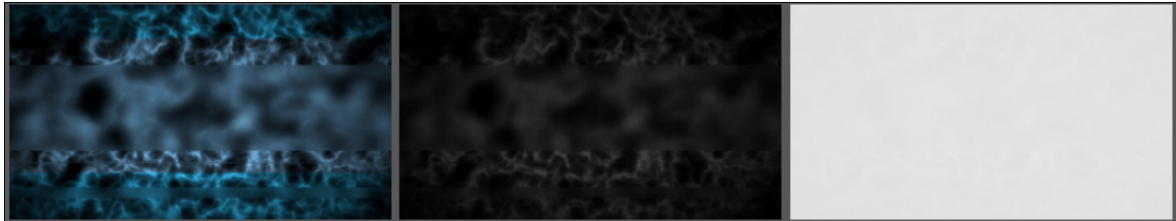


Figura 54 – Os passos para a construção do fundo em movimento.

O passo seguinte passou pela animação de uma câmara e das palavras em espaço 3d. Preferencialmente, pretendia-se evitar o movimento das palavras, para que estas não afectassem a perspectiva 3d que daria origem ao “IAE” final, pelo que existiu uma tentativa de efectuar todos os movimentos através da animação da câmara. Isto acabou por não ser possível, pela existência de elementos demasiado próximos, que acabariam por aparecer no fundo, afectando assim a percepção de cada uma das palavras. A título de exemplo destaca-se o facto de que, visto que as palavras da letra “E” estariam colocadas mais à frente no eixo Z, quando a câmara recuasse, ficariam perceptíveis as palavras anteriores no fundo, causando confusão e agindo possivelmente como “lixo” visual.

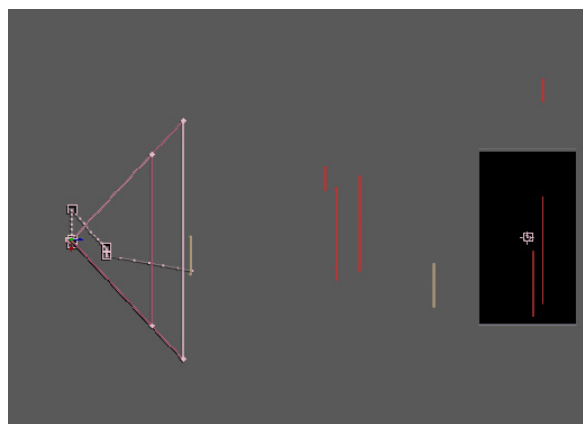


Figura 55 - A câmara de topo, para compreender a distribuição das palavras em profundidade.

Assim, foi tomada a decisão de efectuar pequenos ajustes quando necessário, sendo estes imperceptíveis ao espectador, mas contribuindo para uma maior clareza de exposição. Este ajustes incluíram alterar a posição de elementos (momentaneamente), fazer com que outros desaparecessem completamente após terem sido utilizados, ou alterar a perspectiva/foco da câmara de forma a não criar confusão visual (nas palavras que compunham a letra A, por exemplo, uma vez que a movimentação da câmara seria no eixo dos Z, a ilusão de profundidade não seria conseguida sem elementos de fundo que dessem essa percepção. Mantiveram-se então os elementos, e foi ajustada a câmara de forma a que esta focasse a palavra em questão e desfocasse todas as que permanecessem atrás desta).



Figura 56 – Existe um desfoque das palavras “cultures” e “classes”, mas mantêm-se no ecrã para dar a sensação de profundidade.

A transição final, das letras IAE para o logótipo, foi efectuada através de dois rectângulos coloridos de laranja e azul (as cores do logótipo). Um deles aparecia movimentando-se da esquerda para a direita, e o outro no sentido oposto, passando por cima das letras e fazendo, assim, após a sua passagem, uma transição para essas letras, no logótipo. Depois, um movimento de câmara revelava a totalidade do logótipo, acompanhado pelo aparecimento das palavras “Universidade de Aveiro”.



Figura 57 – A transição das letras IAE para o logótipo



Figura 58 – O Zoom out final e o aparecimento das palavras “Universidade de Aveiro”

Após a finalização desta versão, foi efectuada uma recolha de opiniões junto de alguns sujeitos, que a identificaram como sendo “dinâmica” e “interessante”, mas alguns deles referiram que julgavam faltar algum elemento que transmitisse melhor as ideias que as palavras deveriam representar.

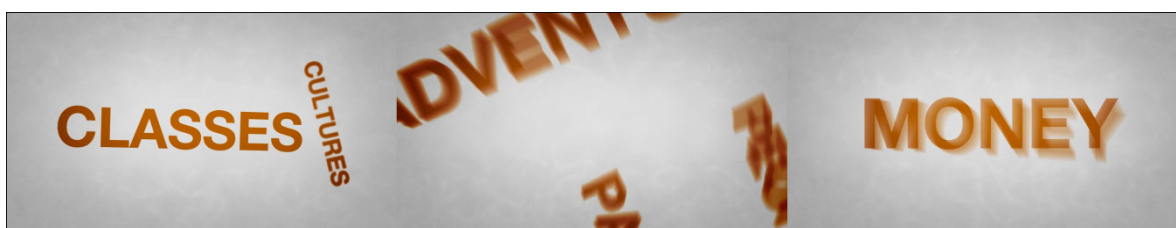


Figura 59 – Exemplo de algumas secções da versão inicial

Tendo em conta estes pareceres, decidiu-se criar elementos gráficos, simples, a adicionar às palavras, que representassem de alguma forma cada palavra. Assim, seguem-se as palavras, os elementos que se decidiu associar a cada uma, e as razões porque tal foi feito (pela ordem em que surgem no genérico).

- “*Experiences*” – A esta palavra não foi adicionada nenhum elemento, visto que engloba todas as palavras seguintes. Além disso, ao aparecer de forma muito breve, retiraria o foco da palavra em si para o elemento gráfico.
- “*Cultures*” – Bandeiras – É fácil associar a diferentes culturas diferentes locais, e consequentemente, diferentes países. Dessa forma, foram criadas diversas bandeiras para representar este conceito.
- “*Classes*” – Livro – A aulas está associado o estudo e, portanto, leitura. Daí a presença de um livro.
- “*Traveling*” – Avião – Viajar é uma das actividades comuns a um Erasmus, e é geralmente associada a um meio de um transporte. Neste caso, um avião permite traduzir este acto.
- “*People*” – Retrato – Um retrato é uma forma de conhecer, ou reconhecer, alguém.
- “*Party*” – Chapéu de festa – Este tipo de chapéu é apenas utilizado em ocasiões festivas, pelo que é inevitavelmente associado a elas.
- “*Adventure*” – Mochila – A uma aventura associam-se as preparações e elementos pessoais necessários, geralmente contidos numa mochila, pela sua facilidade de transporte.
- “*Money*” – Símbolos de moeda – Inevitavelmente, ao viajar, será necessário ter em conta dinheiro, e diferentes países podem ter diferentes tipos de moeda. É isso que se pretende reflectir.

As silhuetas destes elementos foram então vectorizadas com recurso ao programa *Adobe Illustrator CS4*, sendo depois inseridas no espaço apropriado do genérico. Cada uma surgiria assim que a palavra a que se adequava fosse focada, e foi desenvolvida uma animação para cada uma delas, de forma a proporcionar-lhe mais algum movimento e dinamismo.



Figura 60 – Cada palavra teve elementos gráficos correspondentes.

O tipo de animação dependeu de cada elemento. No caso das bandeiras da palavra “*Culture*”, e dos símbolos monetários, da palavra “*Money*”, uma vez que continham diversos elementos, foi utilizada uma animação sequencial, em que cada elemento surgiria assim que o anterior acabasse

de aparecer. Estas aparições basear-se-iam numa rotação no eixo dos X, sendo o ponto de rotação colocado no centro de cada elemento.



Figura 61 – Pormenor da rotação das bandeiras.

No caso do avião da palavra “*Traveling*”, este surge a partir da letra I, com uma simples deslocação vertical, e um fade no início e final. Já no caso do livro da palavra “*Classes*”, este exigiu a criação de uma forma em separado, semelhante a uma folha de papel, que foi depois animada em posição e rotação nos diferentes eixos X, Y, Z, simulando um virar de folha sobre a forma original do livro. Após esta animação, foi duplicada diversas vezes, com algum espaçamento temporal, colocada para que se assemelhasse ao desfolhar do livro.



Figura 62 – Pormenor da animação do livro.

Na palavra “*People*” e o seu retrato, os diferentes elementos que o compõem foram vectorizados separadamente (face, rabo-de-cavalo, franja), e animados de forma a que se assemelhassem aos efeitos provocados pelo acto de andar. Após isso, uma máscara foi colocada à volta da letra O, para que o retrato fosse apenas visível dentro dela.



Figura 63 – Pormenor da animação da silhueta, e respectiva máscara.

Já na imagem do chapéu de festa, referente à palavra “Party”, o elemento do chapéu foi animado verticalmente, mas as suas fitas requereram um pouco mais de trabalho. Foi necessário criar dois sólidos da mesma cor, e aplicar máscaras a ambos, para que se assemelhassem às fitas. Foram então animadas durante alguns segundos para que parecesse que estavam a ser sopradas pelo vento.



Figura 64 – Pormenor da animação das fitas do chapéu.

Por fim, na animação da mochila correspondente a “Adventure”, esta teve de ser animada para que fosse similar ao fechar e apertar de uma mochila, após a sua preparação. Para conseguir este efeito, foi necessário aplicar algumas técnicas diferentes. Uma vez que se trabalhava apenas com silhuetas, seria difícil simular que a mochila estaria aberta/fechada, devido ao espaço vazio que teria de existir quando estivesse aberta. Este efeito foi conseguido utilizando duas vectorizações similares, uma com um “buraco” no local indicado, e a outra completamente selada, colocadas no topo uma da outra. Aquando do fechar da parte superior, existiria um momento em que a vectorização selada diminuiria de opacidade, para dar lugar àquela que estaria aberta. Desta forma, simulou-se uma “sombra” da parte superior, e permitiu-se ao espectador compreender o acto. Após esta, foi necessário simular o acto de apertar as correias da mochila. Isto foi conseguido através da utilização da ferramenta *Puppet Tool*, que permite colocar “pontos” para comprimir e esticar a imagem entre os locais em que são colocados. Este efeito foi utilizado tanto na mala como nas correias.

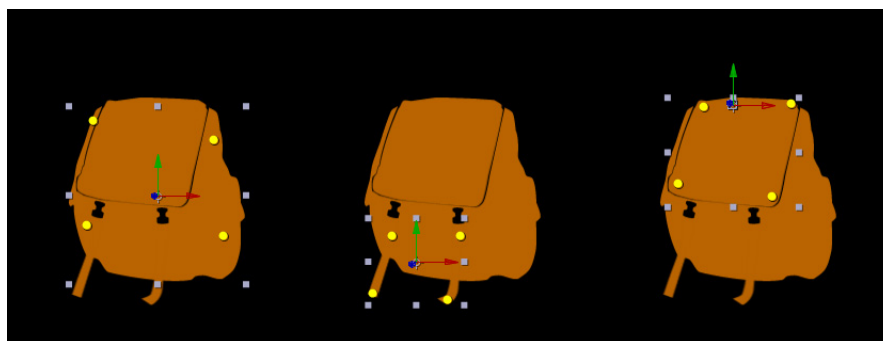


Figura 65 – Colocação dos Puppet Points (a amarelo) nas secções da mochila.

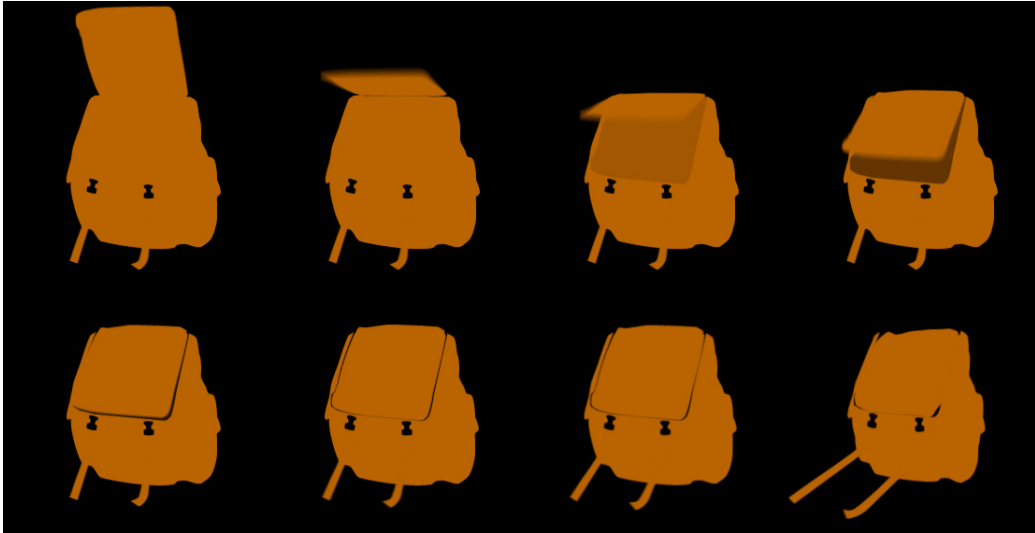


Figura 66 – Pormenor da animação dos elementos da mochila.

Por fim, foi activado o *motion blur* em todos os elementos, para suavizar os movimentos, completando assim o genérico.

3.4.4.2. Títulos

Para os títulos, pretendia-se que, devido à sua curta duração, fossem apresentados de forma simples mas dinâmica os nomes de cada episódio. Assim, foi desenvolvida uma solução que utilizava a forma de um avião para revelar, à sua passagem, as palavras que compunham o nome de cada episódio. Este efeito foi conseguido através da utilização de uma máscara que, ao acompanhar o trajecto do avião, iria diminuindo e expondo a camada de texto na qual tinha sido aplicada, para esconder o conteúdo. Ao ser exposto, o texto aumentava um pouco de tamanho, para que fosse mais fácil ao espectador lê-lo, e para acrescentar algum movimento. O fundo utilizado foi, de resto, o mesmo que o utilizado no genérico, para manter alguma consistência. O estilo dos títulos foi o mesmo do que o do logótipo do projecto, tanto no tipo de letra, como no efeito 3d, e também na cor (laranja para o avião, azul para os títulos).

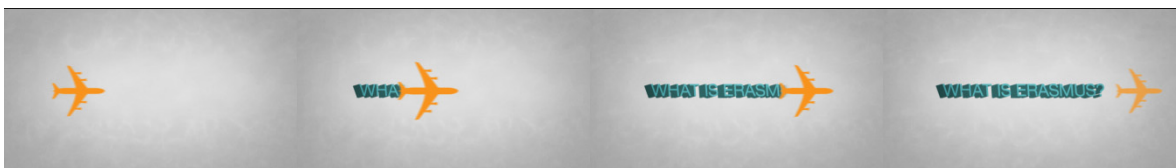


Figura 67 – Exemplo da revelação de um título.



Figura 68 – Pormenor da máscara utilizada e animada para revelar os títulos.

Desta forma, foi possível apresentar os títulos de forma rápida e concisa, e similar para todos os episódios.

3.4.4.3. Oráculos

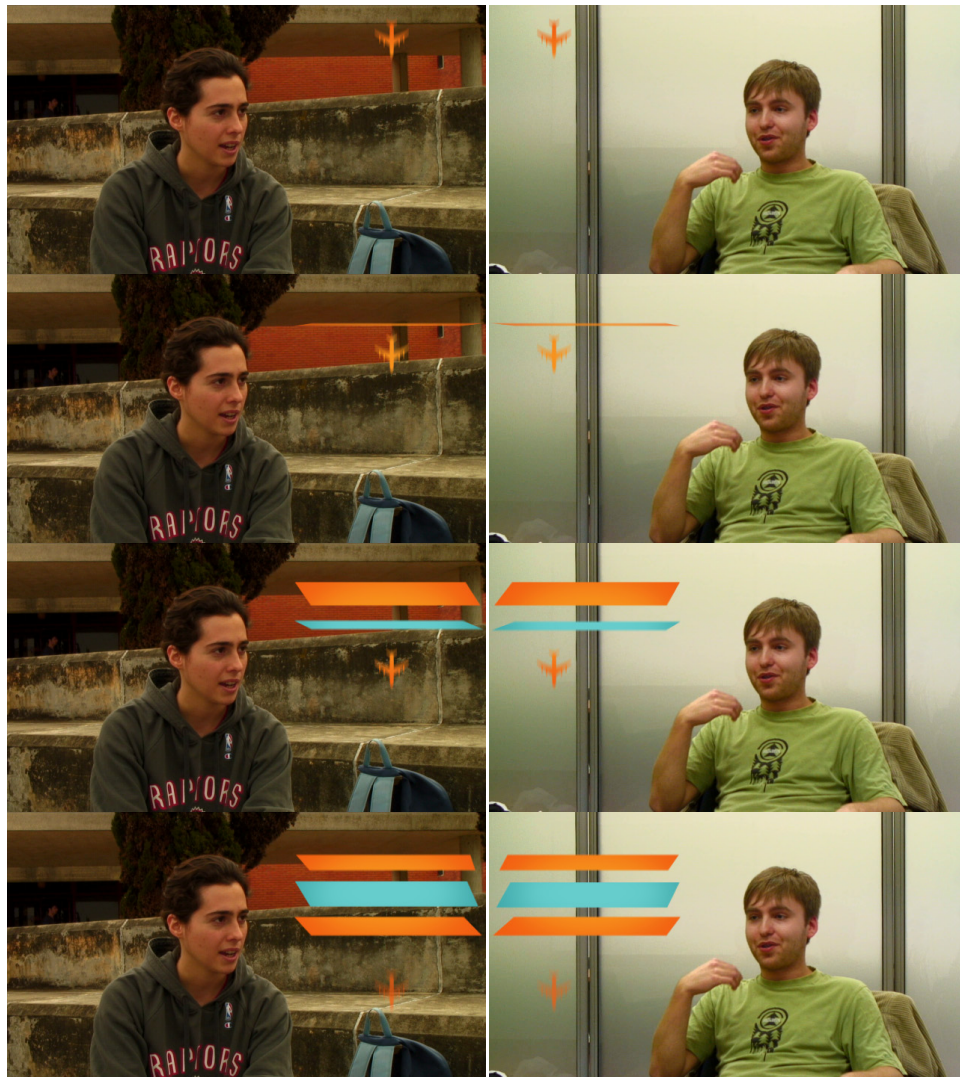
Outros elementos cuja criação foi necessária neste projecto foram os oráculos. Estes seriam necessários para disponibilizar a informação sobre cada entrevistado, como o nome, área de estudo, e função que desempenhou (no caso dos *Buddies*/pessoal do GRI) ou país de origem (no caso dos estudantes *Erasmus*). Uma vez que, durante a captura, foi propositadamente deixado um espaço lateral para a colocação destes oráculos, a solução a ser desenvolvida teria de ser colocada neste espaço. Teria, igualmente, de ser simples, para não distrair em demasia o espectador, mas demarcado o suficiente para que o espectador pudesse extrair informação relevante sobre o entrevistado. Várias propostas foram colocadas, desde a elaboração de uma espécie de “boarding pass”, similar ao utilizado nos aeroportos para embarcar num avião, até uma espécie de ficheiros pessoais, com fotografia e textura de papel, mas foi decidido não as tentar executar, porque seriam demasiado pesadas visualmente, e contrastariam com o visual mais simples existente nas restantes secções do *webdoc*. Devido a isto, mencionou-se igualmente a utilização de texto simples, animado, mas visto que algumas das entrevistas continham elementos mais complexos no fundo, poderiam não ser suficientemente legíveis. Assim, foi necessário optar por uma outra solução, baseada na forma como alguns quadros de aeroporto funcionavam, com um sistema giratório para transformação da informação apresentada.



Figura 69 – Um exemplo de painel giratório de aeroporto.

Fonte: <http://www.sellmymobile.com/news/vodafone-travel-application-launched-1560/>

Esta foi simplificada, uma vez que estes utilizavam uma rotação em cada letra, e neste caso este sistema seria aplicado a uma “placa” com os diferentes tipos de informação. Esta rotação seria activada pela passagem de um avião, vectorizado, referenciando tanto o método utilizado para apresentar os títulos, como o próprio quadro de aeroporto onde a ideia se baseava, e ainda aludindo à ideia de viagem e mobilidade. Esta ideia foi concretizada, utilizando 3 “placas” (com as cores laranja e azul do projecto), sendo que a primeira apresenta o primeiro e último nome do sujeito no ecrã, a segunda menciona a área de estudos, e a terceira placa refere o país de origem/função desempenhada. Foi ainda utilizado o mesmo método para fazer desaparecer estas placas, invertendo a movimentação do avião (no aparecimento desloca-se no sentido cima-baixo, para desaparecer desloca-se no sentido contrário). Além disso, uma vez que o espaço para os oráculos tanto poderia ser do lado esquerdo como do lado direito, consoante o enquadramento escolhido, teve de existir uma adaptação para ambos os lados.



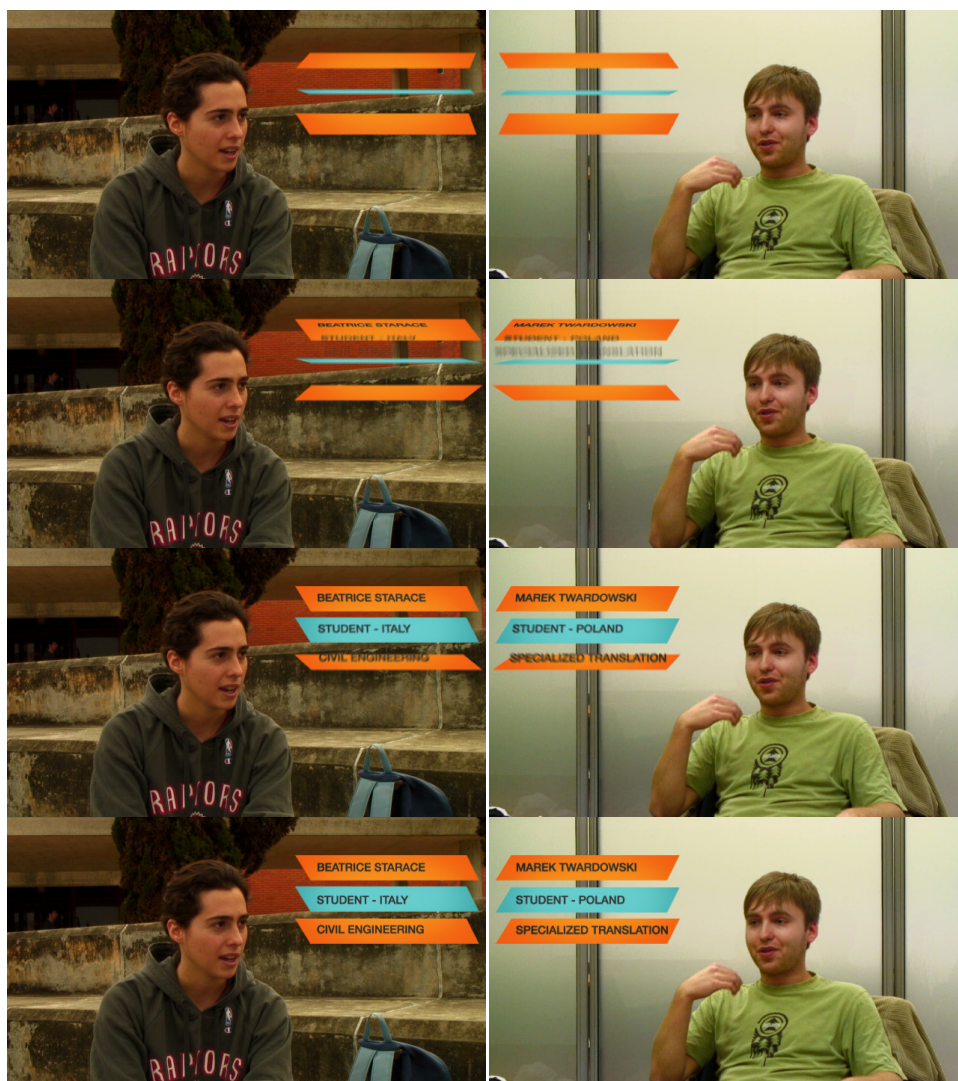


Figura 70 – Exemplo da animação de dois oráculos, uma à esquerda e outra á direita do interveniente.

3.4.4.4. Créditos

Para os créditos, estabeleceu-se que a sua duração deveria ser cerca de 20 segundos, e teriam dois propósitos: apresentar a ficha técnica, os agradecimentos e o âmbito de desenvolvimento do webdoc, ou seja, o Mestrado em Comunicação Multimédia; mas também providenciar uma forma de navegar através dos diferentes episódios que constituem este *webdoc*. Tudo isso durante este período reduzido de tempo. Para executar estas intenções, a primeira decisão foi a de existir uma divisão de espaço: ter simultaneamente o sistema de navegação numa secção do ecrã, enquanto os créditos decorreriam noutra.

Além disso, para o sistema de navegação, uma vez que se faria uso de anotações interactivas (ver ponto 3.4.5), foi decidido ter um pequeno *clip* de apresentação de cada episódio, com referência a algumas das cenas a ocorrer nessa parte do *webdoc*. Uma vez que este sistema surgirá apenas no final de cada episódio, é pressuposto que este já foi visualizado, necessitando assim de existir ligações apenas para os restantes 6 episódios. Isto implicou, igualmente, a necessidade de criar 7 versões dos créditos, divergindo apenas nos episódios apresentados para navegação. Desta forma, foi tomada a decisão de ocupar os cerca de dois terços superiores da imagem com os clips e nomes dos episódios que dariam origem ao sistema de navegação, sendo o terço inferior utilizado para os créditos.

Nos créditos, as menções necessárias seriam a do criador do projecto e autor deste trabalho, Hugo Branquinho; o orientador do mesmo, Prof. Doutor. Rui Raposo; agradecimento geral a todos os que participaram na criação do projecto pois seriam demasiados para enumerar no período de tempo e espaço definido para o efeito; agradecimento aos que se voluntariaram para as entrevistas e sem quem não existiria um *webdoc*; e agradecimentos especiais a Marília Moita e Paula Carvalho pela ajuda inestimável que providenciaram. Existiria igualmente uma necessidade de referir o *MCMM*, bem como a UA, e referir o ano de criação do projecto. Todas estas menções seriam apresentadas sequencialmente, e de forma simples, com uma rotação no eixo X, e um *fade in* e *fade out*, aquando da entrada e saída, respectivamente. Reutilizou-se também o fundo criado durante a concepção do genérico. Assim, e com a inclusão do *clip* de apresentação do mestrado após o término dos créditos, foi possível finalizar esta secção.



Figura 71 – Exemplo dos créditos de um episódio.

3.4.5. YouTube e funcionalidades

Através da utilização do YouTube para a divulgação deste *webdoc*, foi possível usufruir das novas potencialidades que este providencia aos seus utilizadores. Tal como já referido anteriormente, os créditos fizeram uso das potencialidades do serviço de anotações do YouTube, que permite criar *links* em secções específicas do vídeo, durante um período de tempo passível de ser ajustado pelo seu criador. Tudo isto é efectuado através da ferramenta *Annotations* (já mencionada no capítulo 2.2.3), e que fica disponível após de efectuado o upload de um vídeo, na página correspondente a esse.

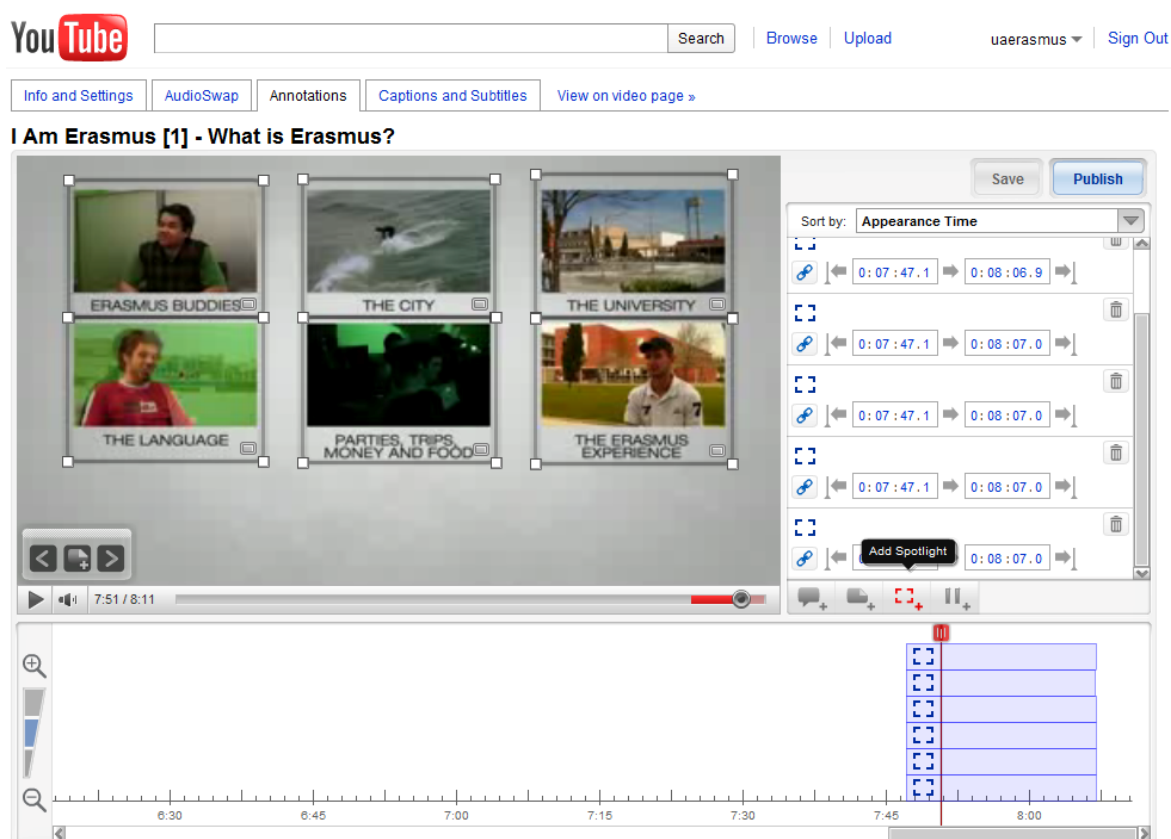


Figura 72 – A ferramenta para inserção e ajuste temporal de Annotations.

Em cada episódio, foram criadas 6 áreas correspondentes aos *links* para os outros episódios, durante a duração dos créditos. O YouTube disponibiliza 3 tipos de anotações: *Speech Bubbles*, *Notes* e *Spotlights*. As primeiras criam balões de texto, similares aos utilizados nos livros de banda desenhada, onde é possível escrever; as segundas criam um rectângulo opaco, onde é igualmente possível fazer anotações; as terceiras criam uma área rectangular, similar a um botão, que interage com a passagem do rato, e ao seu clique. Todos estes tipos de anotações permitem

adicionar links às áreas da anotação. Neste projecto, apenas foram utilizados *Spotlights*, pois as informações necessárias ao episódio ao qual se iria ligar já estarão disponíveis nos créditos. Estas anotações foram configuradas para durar apenas enquanto os créditos estivessem a decorrer, e para ligarem directamente aos outros episódios.

Outra funcionalidade utilizada, que não necessitou de configuração manual, foi a disponibilização do vídeo em alta definição (HD). Para activar esta funcionalidade, basta apenas efectuar o *upload* de um vídeo que esteja numa das resoluções de alta definição (720p⁹⁷ ou 1080p⁹⁸), e esta opção será automaticamente disponibilizada pelo YouTube no ecrã de vídeo. O YouTube providencia igualmente outras resoluções, sendo a seleccionada por *default* a de 360p⁹⁹. Para visualizar o vídeo em resolução HD, é necessário seleccioná-la da lista de resoluções disponíveis.



Figura 73 – Pormenor da escolha de resolução de um vídeo.

Além destas funcionalidades, uma outra revelou-se de especial relevância: a possibilidade de adicionar legendas aos episódios é uma adição importante, tendo em conta que são utilizadas duas línguas durante a duração deste *webdoc*. Para esta função estar disponível, é necessário fazer upload de um ficheiro contendo as legendas, com timecode correcto, e o YouTube encarrega-se de as colocar sobrepondo a parte inferior do vídeo, de acordo com os tempos contidos no ficheiro enviado. Para este projecto, isto implicou a criação de legendas para todos os episódios e a sua codificação temporal, prévia ao upload para o YouTube. Assim, foi necessário fazer recurso à ferramenta *SubtitleTool*¹⁰⁰, um software grátis que permite pré-visualizar um vídeo e ir-lhe anexando as frases respectivas, nos tempos adequados. Após uma transcrição de todos os

⁹⁷ 720p é um termo que se refere à resolução de 1280x720 píxeis, com varrimento progressivo.

⁹⁸ 1080p é um termo que se refere à resolução de 1920x1080 píxeis, com varrimento progressivo.

⁹⁹ 360p é um termo que se refere a uma resolução com 360 píxeis de largura, com varrimento progressivo. O YouTube redimensiona automaticamente os vídeos para 360p, mantendo o *aspect ratio* destes intacto.

¹⁰⁰ Página Oficial SubtitleTool – http://www.tomzavodny.cz/program/subtool/index_en.php

episódios do *webdoc*, utilizou-se este programa para inserir as legendas nas secções adequadas, e exportar o ficheiro em formato *.srt*, legível pelo YouTube.

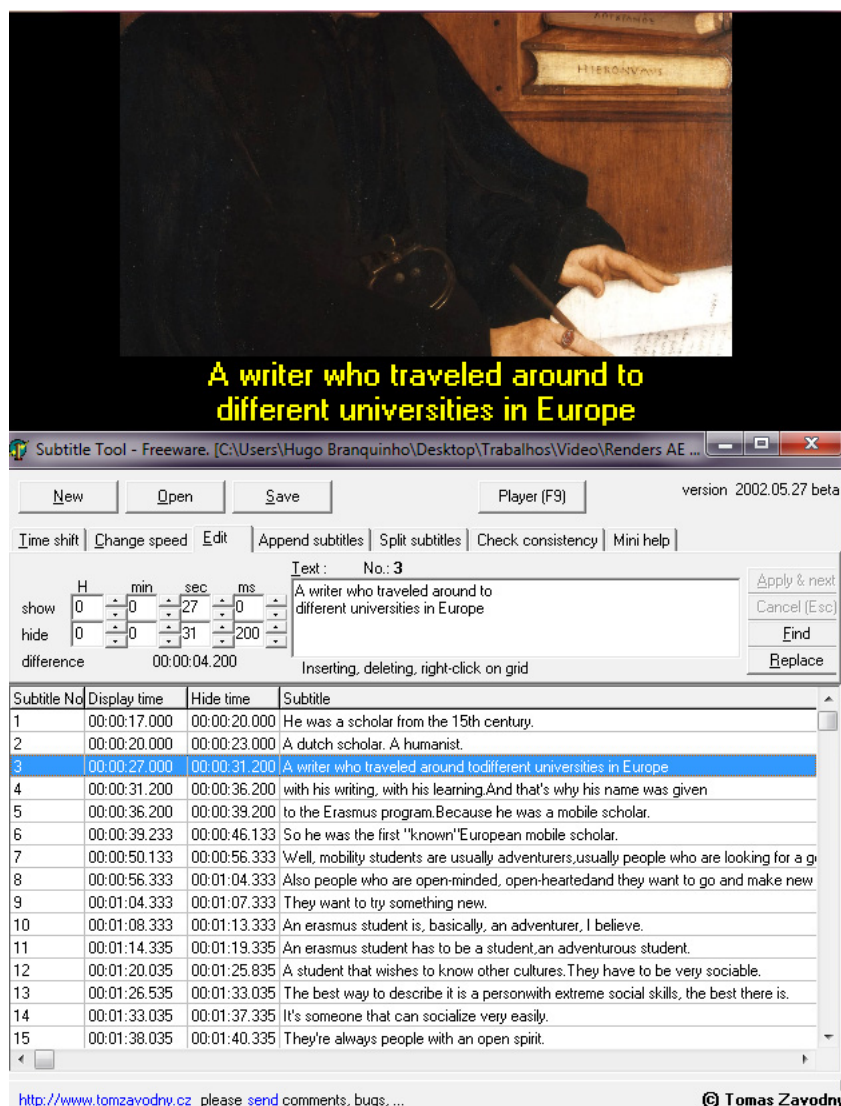


Figura 74 – O interface da ferramenta SubtitleTool.

Para que fossem disponíveis, bastou ir à página do vídeo ao qual as legendas se destinavam, utilizar a opção "Captions and Subtitles", e fazer o upload do ficheiro de legendas. Ao espectador, basta-lhe efectuar um clique no botão "CC", abaixo do vídeo, para activar as legendas integradas.



Figura 75 – Pormenor do botão CC e selecção de legenda.

Para que os vídeos não ficassem imediatamente disponíveis ao público em geral, foi seleccionada a opção *Unlisted* aquando do seu upload, fazendo com que apenas os utilizadores com acesso ao *link* atribuído aos vídeos possam visualizá-los. Existe ainda uma outra função, a de criação de uma Playlist, utilizada para este projecto, porque permite agregar de forma ordenada um conjunto de vídeos, atribuindo-lhes um único *link* (ideal para a divulgação dos diversos episódios com apenas um link). No entanto, não foi possível testar esta funcionalidade, devido ao facto de não funcionar com vídeos que estejam *Unlisted*.

3.5. Render Final

Após todos os elementos serem completados, foi efectuado um render de cada um deles em qualidade *Uncompressed*, para evitar perdas de qualidade, e foram integrados nos devidos episódios dentro do *Sony Vegas Pro 9*. Assim, foi possível realizar um render final de todos os episódios, após a correcção de alguns erros, na resolução de 720p (1280x720 pixels, legível e passível de disponibilização pelo YouTube). O passo seguinte foi o upload de todos os episódios para o YouTube, e configuração das ferramentas mencionadas no tópico anterior. Os vídeos ficaram então disponíveis, e foram enviadas apenas para uma audiência restrita, composta pelos intervenientes no documentário, e um número reduzido de utilizadores cientes das limitações da partilha dos conteúdos finais.

Os links dos episódios no YouTube são, então, os seguintes:

Episódio 1 – “What Is Erasmus?” – <http://www.youtube.com/watch?v=BlvIW2l2TZk>

Episódio 2 – “Erasmus Buddies” – <http://www.youtube.com/watch?v=Fz4Bdic6Ulo>

Episódio 3 – “The City” – http://www.youtube.com/watch?v=mv_uT9W6ZHK

Episódio 4 – “The University” – <http://www.youtube.com/watch?v=MwEt7gRRz-s>

Episódio 5 – “The Language” – <http://www.youtube.com/watch?v=1t8s0R6-0J8>

Episódio 6 – “Parties, Trips, Money and Food” – <http://www.youtube.com/watch?v=py50nTAFelo>

Episódio 7 – “The Erasmus Experience” – <http://www.youtube.com/watch?v=WLEs5vJ8o8>

Desta forma completou-se o desenvolvimento da componente prática deste projecto. Seguem-se as devidas conclusões e reflexões respectivas a este trabalho.

I AM ERASMUS CONCLUSÃO

.04

4.1. Considerações Finais

A longa História do documentário não faz com que este seja um género estático, pelo contrário: é versátil e tem-se vindo a adaptar às tecnologias audiovisuais emergentes em cada época. Seja no cinema, televisão, ou na web, os documentaristas continuam a criar obras novas, que se baseiam nas regras do género, se bem que em trâmites diferentes. Ao longo deste documento e desta investigação, foi possível compreender os conceitos chave associados ao projecto e a sua história, através da fundamentação teórica elaborada. Desta forma, foi possível utilizar estes recursos para a criação do *web documentário I Am Erasmus*, que recorreu aos pontos de vista de diferentes alunos internacionais a estudar na Universidade de Aveiro.

Tendo em conta a pergunta de investigação estabelecida no início deste documento, e respectivas hipóteses, é possível retirar algumas ilações a partir do trabalho desenvolvido no decurso deste projecto. Uma vez que os métodos de realização do *web documentário* já foram descritos, em detalhe, nos capítulos anteriores, as hipóteses colocadas são, de seguida, analisadas.

- 1- A participação da comunidade ERASMUS Aveiro num *web documentário* sobre si pode enriquecer esse produto audiovisual.

É um facto que, sem a participação da comunidade Erasmus, não seria possível ter acesso, e providenciar aos espectadores deste *web documentário*, uma outra visão dos processos pelos quais estes alunos passam diariamente. Existem certas situações que são indescritíveis, ou impensáveis, até serem vivenciadas. Neste aspecto, a presença destes alunos no documentário foi essencial para enriquecer o seu conteúdo, e conseguir criar substância suficiente, e coerente, para desenvolver uma narrativa interessante para o espectador. Sem eles, o *web documentário* seria certamente diferente, menos rico em opiniões, tanto positivas como negativas, e definitivamente menos rico em emoção.

- 2- A comunidade ERASMUS pode contribuir providenciando, em entrevistas na primeira pessoa, respostas e informação inacessível de outra forma;

Tal como mencionado, a sua participação no *web documentário* foi essencial. O método de entrevista na primeira pessoa contribuiu para a sua cooperação, na medida em que permitiu estruturar de uma forma adequada os temas e sujeitos sobre os quais se pretendia indagar os

alunos da comunidade. Assim, e uma vez que, como já referido, os alunos providenciaram pontos de vista únicos e emotivos, essenciais ao *webdoc*, não seria possível obtê-los tão detalhadamente e organizadamente sem a utilização deste método.

- 3- A realização de um web documentário, sobre a comunidade composta por alunos do programa Erasmus actualmente na Universidade de Aveiro, pode ser efectuada com base na metodologia processual adoptada na realização de documentários não destinados à web;

Conforme referenciado durante a componente do enquadramento teórico deste documento, um web documentário, apesar de ser um produto diferente do documentário, ainda se baseia em muitas das suas regras, e inclusive nos seus métodos de realização. Portanto, em diversos aspectos, foi possível empregar a metodologia processual comum à realização de documentários. As diferentes fases de produção são as mesmas que as empregues no documentário convencional, e em tantos outros produtos audiovisuais. No entanto, nalguns pontos, foi necessário manter cuidados adicionais para que fosse possível a criação de um *web documentário*, como por exemplo na interactividade e na narrativa não linear construída pelo utilizador – se não existissem estas diferenças, o *webdoc* poderia acabar por ser considerado um documentário convencional.

- 4- Os web documentários envolvem um conjunto de preocupações adicionais em comparação com os documentários não destinados à web.

Como seguimento ao mencionado durante a análise à hipótese anterior, foi possível verificar a existência de uma necessidade de definir os aspectos em que foi necessária uma maior preocupação para a preparação com vista à divulgação na Web. Estas distinções são aquilo que acaba por compor um *web documentário*, e estão relacionadas maioritariamente com a sua estrutura não linear e duração, bem como preocupações gráficas e de estilo que têm de ser adequadas ao meio de distribuição adoptado (a Web, neste caso.)

Assim, com a produção dos sete episódios que compõem este web documentário, foi possível reflectir sobre estes diferentes assuntos, e ainda sobre a vivência da comunidade Erasmus da Universidade de Aveiro, enquanto isso providenciando um produto audiovisual intenso e adaptado ao espectador e ao meio de divulgação deste.

4.2. Limitações do Estudo

Durante a duração deste projecto foram encontradas algumas limitações e dificuldades, que acabaram por colocar algumas restrições ao seu desenvolvimento. Descrevem-se, assim, algumas das principais.

- Bibliografia reduzida – Durante a fase de concepção deste projecto, a bibliografia encontrada relacionada com o *web documentário* revelou-se escassa. Apenas numa segunda fase de revisão, realizada posteriormente, foram encontradas novas fontes entretanto desenvolvidas focadas sobre este género. Devido a esse facto, a própria definição de *web documentário* e as regras de criação deste não foram devidamente consolidadas durante esta fase, levando à existência de alguns equívocos durante a descrição deste projecto. Ainda assim, esses equívocos foram corrigidos posteriormente, com utilização das novas fontes de informação.
- Tamanho da Equipa – Para a criação deste projecto, os recursos humanos utilizados limitaram-se aos que estavam disponíveis ao autor deste trabalho. Desta forma, existiram algumas fases em que a coordenação de diversas actividades acabou por limitar severamente as opções criativas do projecto. O facto de, durante a fase de captura, a equipa ser demasiado pequena e constrangida por disponibilidades temporais, levou à criação de erros que poderiam ter sido evitados caso existissem mais pessoas designadas à execução das diferentes tarefas.
- Material disponível – O material utilizado para a captura de áudio, ao ser pertença do Departamento de Comunicação e Arte, e estar disponível para os diferentes alunos deste departamento, acabou por limitar a dimensão temporal em que foi possível realizar as entrevistas, devido à necessidade da sua devolução dentro de um determinado período.
- Perspectivas mais distintas – Apesar das perspectivas providenciadas pelos alunos entrevistados terem sido interessantes e importantes para o trabalho, talvez a existência de um maior número de alunos dispostos a participar pudesse providenciar mais perspectivas, sendo estas ainda mais distintas do que as recolhidas.
- Música Utilizada – Ao invés de utilizar ilustração sonora sobre as quais não se tem direitos de autoria (como as faixas de Mirwais, The Hives e Athlete), seria interessante a criação musical de raiz para este web documentário, evitando assim possíveis dissabores referentes à divulgação em plataformas como o Youtube.

4.3. Perspectivas de Trabalho Futuro

Tendo em conta o presente trabalho, seria possível, no futuro, estender a sua premissa. Utilizando outras universidades, seria interessante desenvolver um protocolo colaborativo para a criação de diferentes *webdocs* em cada uma, para a existência de uma maior disponibilidade e comparação das opiniões e perspectivas disponíveis, dando aos espectadores a oportunidade de verificar os pontos fortes e fracos de cada instituição. Isto seria de especial interesse para os futuros estudantes em mobilidade, para que pudessem fazer escolhas informadas, ou mesmo para as próprias universidades, para que pudessem ter uma outra perspectiva dos seus serviços, e corrigir os problemas existentes.

Uma outra perspectiva futura prende-se com a elaboração de episódios adicionais recorrendo à utilização de User Generated Content. Desta forma, uma vez que quem produziria o conteúdo utilizado para o *web documentário* seriam os próprios estudantes em questão, talvez fosse possível providenciar uma visão interna desta comunidade ainda mais detalhada e profunda. Seria igualmente possível verificar eventos e actividades de outra forma inacessíveis, possivelmente fornecendo um olhar mais honesto e real sobre a comunidade.

A utilização do referencial teórico estabelecido como uma fonte de informação para o desenvolvimento de outros *web documentários* sobre diferentes temas seria igualmente possível, uma vez que as regras descritas no decorrer deste documento são aplicáveis noutros contextos.

I AM **.05**
ERASMUS
BIBLIOGRAFIA

- Abreu, K. C. K. (2006). *História e usos da Internet*.
- Aufderheide, P. (2007). *Documentary Film - A Very Short Introduction*: Oxford University Press.
- Baker, M. (2006). *Documentary in the Digital Age*: Focal Press.
- Baron, L. (2010). Tentative de définition du webdocumentaire. Retrieved 5 de Novembro, 2010, from <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/08/28/tentative-de-definition-du-webdocumentaire/>
- Bauer, M. (2010). Mas, afinal, o que é webdocumentário? Retrieved 5 de Novembro, 2010, from <http://webdocumentario.com.br/webdocumentario/index.php/para-saber-mais/mas-afinal-o-que-e-webdocumentario/>
- Bernard, S. C. (2007). *Documentary Storytelling: Making Stronger and More Dramatic Nonfiction Films* (Second ed.): Focal Press.
- Center, U. B. M. R. (2001). Chronology of Documentary History. Retrieved 5 Janeiro, 2009, from <http://www.lib.berkeley.edu/MRC/docexhibit/docuchron.htm>
- Chapman, C. (2010). Color Theory For Designers - The Meaning of Color, Understanding Concepts And Terminology, Creating Your Own Color Palettes. Retrieved 5 de Novembro, 2010, from <http://www.smashingmagazine.com/2010/01/28/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/>
- <http://www.smashingmagazine.com/2010/02/02/color-theory-for-designers-part-2-understanding-concepts-and-terminology/>
- <http://www.smashingmagazine.com/2010/02/08/color-theory-for-designer-part-3-creating-your-own-color-palettes/>
- Clever, N., Kirchner, A., Schray, D., & Schulte, M. (2009). User-Generated Content. 3.
- Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6).
- Crou, O. (2010a). De l'écriture, de la conception et de la réalisation d'un webdocumentaire. Retrieved 5 de Novembro, 2010, from <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/06/14/de-lecriture-de-la-conception-et-de-la-realisation-dun-webdocumentaire-part-1/>
- <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/06/21/de-lecriture-de-la-conception-et-de-la-realisation-dun-webdocumentaire-part-2/>
- <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/07/02/de-lecriture-de-la-conception-et-de-la-realisation-dun-webdocumentaire-part-3/>
- Crou, O. (2010b). Qu'est-ce que le webdocumentaire? Retrieved 5 de Novembro, 2010, from <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/03/05/qu'est-ce-que-le-webdocumentaire/>
- Das, T. (2007). *How To Write a Documentary Script*. Unpublished manuscript.

- Delicado, J. d. S. (2009). *Motion Graphics - O Design em Movimento Aplicado Ao Documentário*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Dijck, J. V. (2007). Television 2.0: YouTube and the Emergence of Homecasting., 23.
- Emigh, J. (2006, February 2006). New Flash Player rises in the web-video market. *Computer*, 14-16.
- Figgis, M. (2007). *Digital Film-Making*: Faber and Faber.
- Gradvohl, A., & Iano, Y. (2007). Combinando TV Interativa e Hipervídeo. *IEEE LATIN AMERICA TRANSACTIONS*, 5(8), 6.
- Grant, B. K., & Sloniowski, J. (1998). Documenting the documentary: close readings of documentary film and video.
- Green, T. (2006). The Rise of Flash Video, Part 1. Retrieved 09 de Novembro de 2010, from http://www.digital-web.com/articles/the_rise_of_flash_video_part_1/
- Gregolin, M., Sacrini, M., & Tomba, R. (2002). Web-documentário – Uma ferramenta pedagógica para o mundo contemporâneo. 59.
- Kelly, K. (2005). We Are The Web. (Wired).
- Kelsey, L., & Feeley, J. (2000). Shooting Video for the Web. Retrieved 09 de Novembro de 2010, from <http://www.dv.com/article/16228>
- Las-Casas, L. F. (2006). *Interferências Gráficas no Cinema*. Paper presented at the 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa em Design.
- Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). The Pro-Am Revolution. 70.
- Li, F. C., Gupta, A., Sanocki, E., He, L.-w., & Rui, Y. (2000). Browsing Digital Video. 8.
- Michelson, A., & Vertov, D. (Eds.). (1984). *Kino-eye: the writings of Dziga Vertov*: University of California Press.
- Miranda, D. (2009). *EDIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO DOCUMENTAL PARA A WEB*. University of Aveiro, Aveiro.
- Nichols, B. (2001). *Introduction to Documentary*: Indiana University Press.
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0. Retrieved 28 January, 2010, from <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- O'Reilly, T., & Battelle, J. (2009). *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*. Paper presented at the Web 2.0 Summit.
- Oliveira, T. M. (2010). *User Generated Content Audiovisual para Instituições do Ensino Superior*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Penafria, M., & Madaíl, G. (1999a). Novas linguagens audiovisuais tecnológicas - O Documentário enquanto género da experimentação.

- Penafria, M., & Madaíl, G. (1999b). O filme documentário em suporte digital. 3.
- Pereira, L. (2009). *Estratégias de Produção de Motion Graphics Para Mobile TV: O Contexto Português*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Rabiger, M. (2004). *Directing the Documentary* (Fourth ed.): Focal Press.
- Rosário, M. D. (2009). *A Dimensão Gráfica e Ilustrativa no Género Documentário*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Rosenthal, A. (2002). *Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Videos* (Third ed.): Southern Illinois University Press.
- Rosenthal, A., & Corner, J. (2005). *New challenges for documentary* (Second Edition ed.): Manchester University Press.
- Shipman, F., Girgensohn, A., & Wilcox, L. (2008). Authoring, viewing, and generating hypervideo: An overview of Hyper-Hitchcock. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications and Applications*, 5(2), 19.

I AM **.06**
ERASMUS
ANEXOS

Anexo 1 - Mini-Questionário

I AM ERASMUS

This is a short questionnaire related to the I Am Erasmus Project.

Please answer each question as truthfully as you can. Your input will be appreciated.

* Required

About Yourself

Age: *

Sex: *

- ☐ Male
- ☐ Female

Country of Origin: *

Where do you come from?

Study Area: *

What are you studying?

The Erasmus Experience

How would you globally evaluate your Erasmus experience in Aveiro so far? *

- ☐ Very Good
- ☐ Good
- ☐ Average
- ☐ Bad

What do you like the most in the Erasmus program? *

(You can choose more than one answer)

- ☐ Traveling
- ☐ The erasmus community
- ☐ Getting to know different cultures
- ☐ The classes
- ☐ The food
- ☐ Parties
- ☐ Other:

Is your life in Aveiro very different from your life in your country? *

- ☐ Very Different
- ☐ Somewhat Different
- ☐ Mostly Similar
- ☐ Totally Similar

What are the biggest differences? *

Culture, economy, lifestyle?

Technology

Which of the following video websites do you know? *

- ☐ Youtube
- ☐ Vimeo
- ☐ DailyMotion
- ☐ Metacafé
- ☐ Break.com

Have you ever uploaded a video/photo onto a website? *

- ☐ Yes
- ☐ No

If you did upload a video/photo onto a website, which websites did you use?

- ☐ Youtube
- ☐ Facebook
- ☐ Vimeo
- ☐ ImageShack
- ☐ Other:

Do you know how to add tags to a video or photo? *

- ☐ Yes
- ☐ No

**Do you know what tags are for?
Can you describe it shortly? ***

Would you be comfortable enough to upload a video onto YouTube if you had to? *

- ☐ Yes
- ☐ No

Our Documentary

Would you be interested in viewing a web documentary featuring the Erasmus community in Aveiro? *

Would you watch it?

- ☐ Yes
- ☐ No

Would you be interested in participating in a web documentary featuring the Erasmus community in

Aveiro? *

Would you participate in the making?

- ☐ Yes
☐ No

Would you be contribute with your own videos and photos for this documentary? *

- ☐ Yes
☐ No

Can you suggest a few themes would you like to see portrayed in this kind of documentary? *

Suggest things that you think are relevant in portraying your daily life around here.

--	--

Submit

Powered by [Google Docs](#)

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

General

Name, Course, Country

When did they come/Until when will they stay

Global experience so far, good/bad

The Erasmus People

Who do you hang around the most (Erasmus, portuguese)

Is the Erasmus community very connected, or everyone for themselves

How about Portuguese people? Do they mix up with the Erasmus students?

The Portuguese People and Culture

How do you look at portuguese people? What are their characteristics?

Behaviour in your country/Portugal (Stress, being late, greetings, kissing/hugging)

How do you think they look at the Erasmus people?

Food, Is it very different? Better, worse?

Aveiro

What do you think of Aveiro?

How is it different from your original city? Bigger/smaller, beautiful/ugly?

And what about the University?

Are the teachers/coordinators helpful?

Are the classes interesting?

How about the night life? Do you have a lot of parties? How are they?

The Erasmus Experience

Buddies

University

How were your first days here

The Language (how was it to learn, did the university provide means,

The Economy, differences,

Traveling (where have you been to, did you like it, is it easy to travel)

Conclusions

Things you liked the most about your Erasmus

Things you didn't like about your Erasmus

Things you liked the most about Aveiro

Things you didn't like about Aveiro

Funny experiences you've had since you got here

Biggest problems you've had since you got here

How did your life change, in these months you spent in Aveiro?

Will you come back to Portugal (or Aveiro) after your Erasmus is over?

For you, what are the most important aspects of the Erasmus life?

Can you give any advice for the people that are thinking about coming here in Erasmus?

Parties

Erasmus – Difficulties, integration, behaviours to help them

General

Nome, Curso

Há quanto tempo és Erasmus Buddy

O que te levou a ser Erasmus Buddy. (Voluntariado)

Os Erasmus que acompanhaste eram de que país? Idade?

Acompanhaste-os durante o ano inteiro ou apenas na chegada?

Dificuldades na sua chegada, e na comunicação

Qual é a opinião que tu tens dos estudantes Erasmus? Descrição

Qual é a imagem que pensas que o povo português tem dos estudantes Erasmus? Achas que é correcta?

Pensas que a integração dos Erasmus no ambiente universitário foi bem sucedida?

Na tua experiência, os Erasmus são muito unidos entre si?

E em relação ao povo português?

Quais achas que são as melhores vantagens em vir estudar para Aveiro, ao invés de qualquer outra cidade do país?

Qual pensas que será a avaliação da estadia em Aveiro por parte dos Erasmus?

Viajaste com eles?

Pensas que a universidade os apoiou suficientemente na sua estadia?

Melhores e piores experiências dos Erasmus em Portugal

Maiores diferenças que notaram

Festas/Aulas

Experiências engraçadas

Quais pensas que são os aspectos mais importantes para os Erasmus?

Tens alguma coisa a dizer a novos erasmus que pensem viajar até cá?

Anexo 4 - Respostas Mini-Questionário

Age:	Sex:	Country of Origin:	Study Area:	How would you globally evaluate your Erasmus experience in Aveiro so far?	What do you like the most in the Erasmus program?	Is your life in Aveiro very different from your life in your country?
21	Male	Poland	Biophysics	Very Good	Traveling, The erasmus community, Parties	Somewhat Different
23	Female	Italy	Civil Eng.	Very Good	Traveling, The erasmus community, Getting to know different cultures, The classes, The food	Somewhat Different
20	Female	Lithuania	social science	Very Good	Traveling, The erasmus community, Getting to know different cultures, The classes, The food, Parties	Very Different
22	Female	Croatia	Management	Very Good	Traveling, The erasmus community, Getting to know different cultures, Parties	Somewhat Different

22	Female	Romania	Telecommunications	Good	Traveling, Getting to know different cultures, The food, my project	Very Different
24	Male	Spain	I.Geologyca	Very Good	The erasmus community	Very Different
22	Female	czech republic	environmental studies	Very Good	Getting to know different cultures	Somewhat Different
23	Female	The Czech Republic	Business economics and management	Very Good	Traveling, The erasmus community, Getting to know different cultures, The food, Parties	Very Different
23	Male	Czech Republic	Mechanical Engineering	Good	Traveling, The erasmus community, Getting to know different cultures, The classes, The	Somewhat Different

28	Female	Austria	teacher training	Very Good	The erasmus community, Getting to know different cultures, The food, Parties	Somewhat Different
22	Female	Germany	Portuguese Literature	Good	Traveling, The classes	Somewhat Different

What are the biggest differences?	Which of the following video websites do you know?
<p>In Portugal everything starts later, classes starts quite late, everyone is allways late. You can buy in Portugal alcohol almost everywhere, even at the university. Partys starts quite late but finish early. Contact with teacher is totally different, you can talk with him almost like with colleague, no stress.</p>	<p>Youtube, Vimeo, DailyMotion, Metacafé, Break.com</p>
<p>First of all economy..Portugal is very chep so i often go to the cinema or eating outside..food is very different..at first i thought it would be very close to italian one but then i found portuguese way of eating much more similar to Engand than Italy..lots of rice and franch fries..but it tastes good..and people is used to eat a lot..i'm putting on weight..lifestyle is very different, too..here is everything very slow and calm..very relaxed..and it is good..but it is very rare to find a portugues person that is on time..and it is annoying..i like that even at night you can find people walking in the street..it makes me fell more safe..</p>	<p>Youtube</p>
<p>Culture- is very different, beginning with how people great each other (here they kiss and touch, in my country we just shake hands- touching each other can be considered as sexual harassment); Economy- is it almost the same, but people look at it differently (in Lithuania it is evaluated very negatively and here people do not care so much and don't talk how bad it is every second); Lifestyle- in PT word "deadline" does not exist, people are late literally and of course people are more relaxed and less stressed. Food- million times more delicious then Lithuania Bank system- my Moldavian Erasmus friend is trying to open bank account with bank card already half a year. Bank does not do anything and she keeps on trying. In my country if you want to open an account it takes you one day to get a card.</p>	<p>Youtube, Metacafé</p>
<p>Lifestyle and the culture</p>	<p>Youtube</p>

<ul style="list-style-type: none"> - the town is more quiet and calm than my town - I live alone here, not with my parents, so my whole lifestyle is different - at the university here the accent is put more on the practical part, and in my home town, on the theoretical side. 	Youtube, DailyMotion, Metacafé
I think the big difference is the social and cultural life, yet I think we are all one family.	Youtube
<p>We are not so late everywhere, maybe we are more stressed and in hurry. It seems to me that girls looks similar to each other - not very imagenative fashion, but it is maybe becouse of winter. Everybody is crazy about football! We are interested more for lot of types of sport.</p> <p>Economy seems to be similar, prices are not very different.</p>	Youtube
<p>First big difference is the language, I have to use english, portuguese or czech if I am with people from my country, other thing is the culture, I have the feeling that here is always enough time for everything, I don't know it from my country, there is almost everything done in a hurry. Other thing is food, I had get used to eat the, for me, strange combination, like chicken with spaghetti, but maybe it is characteristics just for the school canteen. Other thing is the possibility to travel and meet new and new people almost every day. To know more about the country about some tradition, this is very comfortable. Of course the people around, I mean "erasmus" people are relaxed, don't care usually about anything and love parties and having fun.</p> <p>Everything is different, more or less but still different.</p>	Youtube
<p>Portuguese students are very proud to UA.</p> <p>In Czech Republic lessons usually starts at 7.15</p> <p>We don't have to pay for study at the university.</p>	Youtube

<p>in generally it's much more relaxing. maybe it's the different of the culture. Portuguese people seemed to be really patient (if they are not driving cars) and helpfully, guys are more gentlemen like :) half of time that i would study at home in austria, i need here to organize myself. that means to make new social contacts, find accommodation, learn how university system works, get in use with a new language, especially contacts with student colleges here are more important as in home.... in a really short time a lot of things are happening. as erasmus you have to learn quickly to study and go out for parties in the same time.</p>	<p>Youtube</p>
<p>lifestyle, weather, living</p>	<p>Youtube, Vimeo</p>

Have you ever uploaded a video/photo onto a website?	If you did upload a video/photo onto a website, which websites did you use?	Do you know how to add tags to a video or photo?	Do you know what tags are for? Can you describe it shortly?
Yes	Facebook, photobucket	Yes	Tags are using that other people would be able to find thing that is tagged.
Yes	Facebook	Yes	Generally i tag people only on facebook..and in photos..never videos..a tag is a way that we have to make friends know that they appear in a picture or in a video..and we can think about it also as a way to share with them informations but also events and emotions..
Yes	Youtube, Facebook	Yes	tags is like the name for video, it is needed when people search for my video and every website has a help section, where they explain how to do it.
Yes	Youtube, Facebook	Yes	To mark someone or something on the video, photo...

Yes	Youtube, Facebook	Yes	To specificate a particular person or thing, or a key word
No	Facebook	No	I think not
Yes	Facebook	Yes	for discribing situations or what is going on
No		No	Tags is just the possibility to show a particular person in a photo or video. Everyone can see the name or decription if he will go close eg. to the face with the cursor of mouse.
Yes	Facebook	No	For more funny:)

Yes	Youtube, Facebook	No	no
No		No	i don^t know

Would you be comfortable enough to upload a video onto YouTube if you had to?	Would you be interested in viewing a web documentary featuring the Erasmus community in	Would you be interested in participating in a web documentary featuring the Erasmus community in	Would you be contribute with your own videos and photos for this documentary?
Yes	Yes	Yes	Yes
No	Yes	No	No
Yes	Yes	No	No
No	Yes	No	No

No	Yes	No	No
Yes	Yes	Yes	No
Yes	Yes	No	No
No	Yes	Yes	Yes
Yes	Yes	Yes	Yes

Yes	Yes	No	No
Yes	No	No	No

Can you suggest a few themes would you like to see portrayed in this kind of documentary?

Partys, traveling, begginig of erasmus.

Travels, parties..but i'd like also that people know that erasmus life is not only a big paty but also study..

Come on march 3rd at 15.00 to CIFOP coffe downstairs- we, student's would share our exchange exparience ;) you can take a video, too :)

Lifestyle of the ERSMUS community, their daily habits, partying, frinedships...

- school/ study time
- parties, socializing
- views, sights

Yes, The integration and coexistence
erasmus

opion of portuguese people about
erasmus students

I think it doesn't matter which topic it will
have, more important is for people to see
the other people or themselves.
Usually it should me videos from all thing
they are doing here, studying, eating,
going to parties etc.

Study at UA
erasmus love
party
food
languages

differentes between countries, university system, food, going out, how much students really speak or learn portuguese here. what language knowledge they have before coming here. and finally, if making erasmus in aveiro is this what they expected.

the try of the erasmus to participate in the portuguese culture. not making a portrait of people just staying with foreigners or partying

	SEG 12	TER 13	QUA 14	QUI 15	SEX 16
9					
10					
11	Zita		Tatiana	Jakub	Karlos
12					
13					
14		Beatrice	Marianna		
15					
16		Ricardo Moreira	Marek (15.30)	Eduardo Moreira	
17			Alzbeta	Ricardo Rodrigues	
18		Daniela	Daniel Varela	Iga Turek	
19				(inc philippe/more)	
20					
21			MURALHAS BAR		

CONTACTS

Iga 96 105 16 15 igaturek@gmail.com
 Marek marektwardowski33@wp.pl
 Tatiana 96 214 94 81 tatiano@ua.pt tatiana.odzijaicz@gmail.com
 Jakub 96 105 19 64 jakub.grobelny86@gmail.com
 Mariana Miyashiro 96 948 98 45 mari_miyashiro@msn.com

Ricardo Moreira 916263940 rvm@ua.pt
 Daniela Lopes 912893040 a38739@ua.pt
 Ricardo Rodrigues 914466040 a33522@ua.pt
 Eduardo Moreira 938384761 ejmoreira@ua.pt
 Karlos 927856218 karlos@ua.pt
 Daniel Varela Facebook

Nome, Idade, Função

Erasmus

Quem era Erasmus, e porque foi dado o nome dele ao programa?

Diferenças entre os vários tipos de intercâmbio estudantil (Erasmus, Erasmus Mundus, Da Vinci, etc)

Alguns dados sobre erasmus (quantos são, de que países vêm principalmente, etc)

Características de um estudante Erasmus

A Universidade e os Erasmus

Dificuldades na sua chegada

Alojamento (Universidade ajuda?)

Língua & o que a universidade providencia

Actividades que a universidade lhes providencia

Aulas – feedback (bom, mau, aulas em port/inglês?)

Diferenças económicas – problemas, bolsa, etc

Aveiro, Portugal e Erasmus

Integração dos Erasmus – corre bem? Povo português reage bem? E eles ao povo português?

Vantagens de Aveiro para um estudante Erasmus

Melhores experiências

Piores problemas

Qual é a impressão com que eles ficam da experiência Erasmus em Aveiro?

Conselhos para estudantes Erasmus futuros